

EROSKI TALDEAK %3,8 HANDITU DITU SALMENTA GORDINAK ETA 65,4 MILIOI EURORAINO IGO DU BERE EMAITZA 2026KO LEHEN SEIHILEKOAN

- **Taldeak bilakaera positiboa izan du lehen seihilekoan: 3.061 milioi euroren salmenta gordinak izan ditu, eta 65,4 milioi euroko emaitza positiboa.**
- **EROSKI Taldeak aurrera jarraitzen du bere plan estrategikoan, sare komertziala modernizatzen, eta finantza egitura indartzen. Horrela, palanka efektuaren ratioa 2,0 aldiz EBITDA izateraino murriztu du.**

Elorrio, 2026ko irailaren 30a. – [EROSKI](#) Taldeak itxi ditu 2026ko lehen seihilekoko zerga kontuak, otsailaren 1etik uztailaren 31ra artekoak. Tarte horretan, hazkunde iraunkorra eduki du haren jardura komertzialak, eta hobetu egin ditu adierazle ekonomiko nagusiak, noiz eta familiak prezioarekiko sentzibilitate handia erakusten ari diren kontsumo testuinguru honetan, non elikagaien inflazioak joera neurritsua izan duten.

Ekitaldiko lehen seihilekoan, **3.061 milioi euroren** salmenta gordinak izan ditu, **%3,8** handiagoak aurreko urteko epe berean erregistraturikoak baino. Emaitza positiboa **65,4 milioi eurotan** finkatu da, eta 2025eko lehen seihilekoko 55,5 milioi euroak hobetu ditu.

Lehiakortasunak, marka propioak eta fidelizazioak markatu dute seihilekoa

Negoioaren bilakaera positiboarekin batera, EROSKI Taldeak indartu egin du bere proposamen komertziala; familiei erosketa saski lehiakorra eskaintzen jarraitzen du uko egin gabe kalitateari, elikadura osasungarriari, tokiko produktuari eta hurbiltasunari. Estrategia horrek garrantzi berezia du, prezioek ere familientzat faktore erabakigarri izaten jarraitzen baitute. Alde horretatik, EROSKI Taldeak proposamen komertzial lehiakorrari eutsi dio, eta jarraitzen du apustu egiten aukera gaitasun zabal baten alde, nola eta hornitzaileen marken, tokiko produktuen eta marka propioaren bitartez. Eta garbi du horrela behar duela, nahiz eta gastu operatiboak handitu egin zaizkion, bereziki garraioari eta energiari loturikoak. Hala, bere konpromisoa indartu du kontsumitzaileek erosahalmen handiagoa izan dezaten.

Marka propioak jarraitzen du funtsezko zeregina betetzen taldearen estrategia komertzialean, eta dagoeneko **elikagai salmenten %36,6 hartzen ditu**. Markaren bilakaerari esker, EROSKI Taldeak gero eta gaitasuna handiagoa du kalitate eta prezio aldetik orekatsua

den proposamen bat eskaintzeko. Hala, familiei aurrezten laguntzen zaie eta bere posizio lehiakorra indartzen du.

Era berean, bezeroekin duen harreman eredu ere indartzen doa: fidelizazio programako bazkideen bitartez egindako salmentak dagoeneko **%69,7** dira guztira. Beraz, sendotu egin da taldeak garatutako pertsonalizazio eta fidelizazio ekimenen eraginkortasuna.

Ildo horretan, haxe da kooperatibaren hazkundearen gako nagusietako bat, kontsumoaren testuingurua bereziki zorrotza dagoen honetan: proposamen komertzial lehiakorra, marka propioaren eskaintza sendoa eta bezeroarekiko harreman gero eta estuagoa. Horretaz gainera, fabrikatzaile marken eta tokiko produktuaren aldeko apustua dago, eta, aldi berean, harreman egonkorrak garatzen ari da bere inguruneko ehun produktiboarekin. Izan ere, elementu horiek osatzen dute kooperatibaren nortasuna, tokian-tokian aberastasuna sortzeko konpromisoak barne.

Plan estrategikoa gauzatzen eta sare komertziala modernizatzen

Seihileko horretan, EROSKI Taldeak jarraitu du bere plan estrategikoan datozen ekimenak hedatzen. Ekimenon xedea da lehiakortasuna hobetzea, hazkunde errentagarria bultzatzea eta erosketa esperientzia indartzea bai saltoki fisikoetan eta bai kanal digitaletan.

Bilakaera komertziala positiboa izan da denda formatu guztietan, handitu egin baitira salmentak supermerkatu propioetan, frankizietan, hipermerkatuetan eta cash & carry saltokietan.

Hala berean, EROSKI Taldeak jarraitu du bere sare komertziala modernizatzen, eta saltokien produktibitatea hobetzen. Metro koadroko salmentak **%3,9** handitu dira seihilekoan, eta, beraz, eraginkortasun operatibo handiagoa erakutsi du, baita aktibo komertzialen erabilera bizkorragoa ere.

Indartze finantzarioa

Orain arte bezala, taldearen posizio finantzarioa sendoa da; eta palanka efektu finantzario garbiaren ratioa **2,0 aldiz EBITDA da**. Horren ondorioz, finantza egitura gero eta eraginkorragoa eta orekatsuagoa da, eta, era horretan, kooperatibak jarrai dezake inbertitzen hazkuntzan, berrikuntzan eta modernizazioan.

Gainera, taldeak likidezia posizio sendoa du, eta finantzak dibertsifikatuta ditu. Elementu horiek egonkortasuna eta malgutasuna ematen diote datozen erronka estrategikoei aurre egiteko.

"Emaitzek erakusten dute indartsu dagoela gure eredu kooperatiboa eta kontsumitzaileek konfiantza dutela egunerokoan EROSKI Taldearekin. Handitzen jarraitu dugu, testuingurua zorrotza izanagatik, eta are gehiago indartu dugu aukeran, aurrezpenean, kalitatean, hurbiltasunean eta tokiko produktuan oinarrituriko proposamena. Gainerakoan, ari gara aurreratzen gure plan estrategikoa eta indartzen gure finantza posizioa; horri esker, sendotasunez hel diezaiokegu etorkizunari, eta balioa sorrarazten jarraitu ahal dugu gure bezeroentzat, gure langileentzat eta gure ingurunearentzat", esan du **Rosa Carabelek, EROSKI Taldeko CEOak.**

EROSKI Taldeari buruz

EROSKI Taldea 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.