

AVANZAMOS





01

NUESTRA HISTORIA

02

QUIÉNES SOMOS

03

NUESTROS VALORES

04

COMPROMISO SOCIAL

05

ESPACIOS DE DESARROLLO

06

¿CRECEMOS JUNTOS?

01 NUESTRA HISTORIA

Nuestro nacimiento se remonta a la Alemania de 1945. Los hermanos **Theo y Karl Albrecht** tomaron las riendas del **negocio de alimentación** que su familia gestionaba desde 1913 en la pequeña población de **Essen**. De su apellido, **Albrecht**, y la palabra **Discount**, nace nuestra marca: **ALDI**.

El modelo de negocio que adoptaron los hermanos Albrecht en los 40, estaba basado en ofrecer productos de calidad que cubrieran las necesidades básicas de la población con un precio adecuado al contexto del momento. En la actualidad, nuestro compromiso sigue siendo exactamente el mismo: ofrecer productos de la **máxima calidad al mejor precio**.



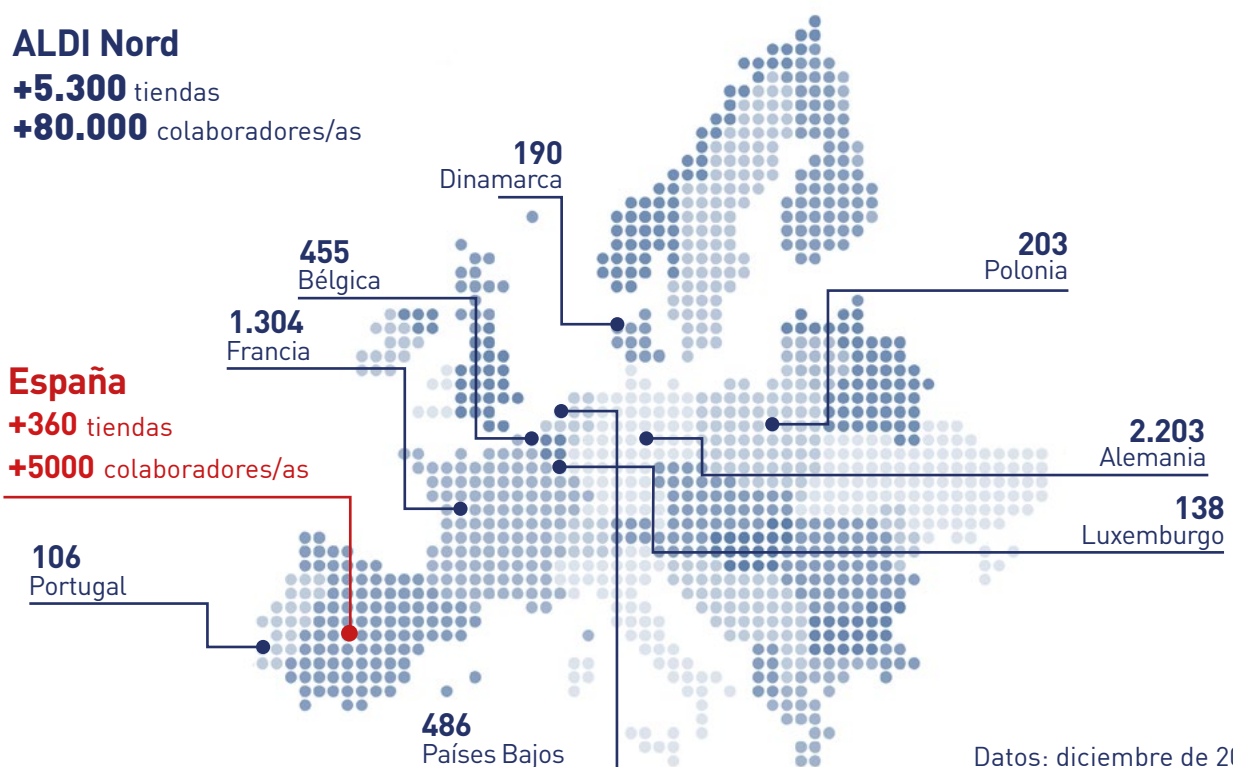
02 QUIÉNES SOMOS

ALDI España pertenece al grupo ALDI Nord, referencia en el sector de la distribución alimentaria, de origen alemán y con presencia y gran reconocimiento en toda Europa.

ALDI Nord

+5.300 tiendas

+80.000 colaboradores/as



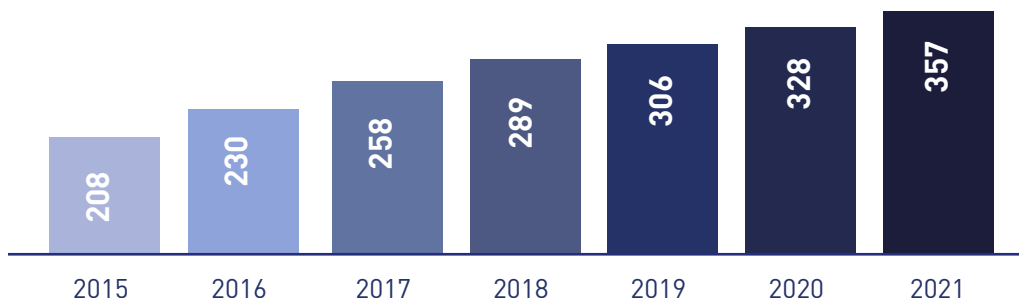
Datos: diciembre de 2021



ALDI EN ESPAÑA

Desde que iniciamos nuestra actividad en España en 2002, hemos desarrollado un crecimiento significativo:

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE TIENDAS EN ESPAÑA



Nuestro objetivo es seguir creciendo de manera sostenible en España. Esto conlleva un **compromiso de futuro en el país**, con una mayor inversión en proyectos de **expansión** que sigan consolidando nuestros supermercados como un valor de referencia y una vía de inversión segura.

Casi 6 millones de hogares ya confían en ALDI.

1 de cada 3 españoles compra en nuestras tiendas.

Más de 5,9M de personas confían en ALDI para realizar sus compras.

Cadena de supermercados con mayor crecimiento en penetración: +33 %

Creceamos respetando las personas, el entorno y la cadena de valor.

Datos: Kantar World Panel





NUESTROS VALORES

Con **sencillez, responsabilidad y fiabilidad** nos hemos convertido en un **referente** de la distribución alimentaria y hemos consolidado nuestra posición en el mercado. A través de estos valores hemos conseguido la confianza de nuestro equipo, nuestros clientes y clientas y *partners* comerciales.



SENCILLEZ

Nos adaptamos a las necesidades de cada inversor ofreciendo facilidades y soluciones.



RESPONSABILIDAD

Generamos alianzas y ofrecemos a nuestros inversores acompañamiento a lo largo del proceso.



FIABILIDAD

Somos una empresa solvente con recursos propios, lo que nos permite ofrecer inversiones seguras, de bajo riesgo y rentas aseguradas a largo plazo.



04 COMPROMISO SOCIAL

Desde **2016**, la compañía está trabajando para consolidar un **modelo de tienda más eficiente** en el marco de su **compromiso** por la **eficiencia energética** y respeto por el **medioambiente**.

ALDI promueve la instalación de **placas fotovoltaicas**, la compra exclusiva de **energía verde**, la instalación de **iluminación LED** y la utilización de **sistemas de domótica** para una mejor eficiencia de las tiendas, entre otras acciones.

CUIDAMOS DEL MEDIO AMBIENTE Y DEL ENTORNO

TIENDAS:



Apostamos por la **energía eléctrica** generada a partir de **fuentes renovables** que producen cerca de un tercio de la energía consumida por nuestras tiendas.



Disponemos de **puntos de recarga** para vehículos eléctricos.



Utilizamos **CO₂** como **refrigerante ecológico** en nuestras instalaciones.



Equipamos con **domótica todas nuestras tiendas** para evitar pérdidas de género y optimizar la climatización y el alumbrado.



Contamos con iluminación eficiente de **tecnología LED en todas nuestras tiendas**.



Hemos **reducido** en un **80 %** las emisiones de **gases de efecto invernadero** en España desde 2015.



ALDI se compromete a que en **2025** todos nuestros **envases** sean **reciclables o reutilizables**.



PANELES FOTOVOLTAICOS



TECNOLOGÍA LED



PUNTOS DE RECARGA

PRODUCTOS:



Más del **80 %** de nuestros productos son de **proveedores nacionales**.



Ahorramos más de **1.100 toneladas de plástico** al año, que sustituimos por **plástico reciclado y material compostable**.



Gracias a las acciones contra el desperdicio alimentario, durante el primer semestre de 2021, **evitamos el desperdicio de 1.670 toneladas de productos** perecederos de sus lineales.



El **86 %** de los productos de nuestro surtido son de **marca propia**, lo que nos permite ofrecer artículos de **alta calidad** a un **buen precio**.



ALDI cuenta con **34 productos** con certificado Welfair™ de Bienestar Animal y, el 37,8 % del pescado, el 98,7 % del cacao, el 71,2 % del café y el 61,5 % del té de ALDI cuentan con certificados de sostenibilidad.

MARCA PROPIA



PROVEEDORES NACIONALES





CUIDAMOS DE LAS PERSONAS

Somos generadores de empleo. Orientamos nuestra propuesta de valor a un **empleo estable y de calidad**. Estamos comprometidos con el **desarrollo económico y social del territorio**. Favorecemos la estabilidad y el bienestar de las familias de las zonas en las que tenemos actividad.



Somos un equipo de cerca de **6.000 personas**.



Desde 2019, ALDI ha **incrementado** la plantilla en un **54%**.



El **94 %** de nuestros colaboradores/as tienen **contrato indefinido**.

Datos: diciembre de 2021

05 ESPACIOS DE DESARROLLO

Nuestro objetivo en España es **seguir acercándonos a nuestros clientes**, de manera sostenible y a través de nuevos supermercados en todo el territorio. De este modo, ampliamos la oferta disponible y complementamos el comercio en las localidades en las que desarrollamos nuestra actividad.

Un gran número de nuestras tiendas en España son nuevas y están orientadas a una mejor experiencia del cliente, y tenemos en cuenta también criterios de accesibilidad e integración en el entorno.

Buscamos abrir nuevos establecimientos en régimen de **compra, arrendamiento o derecho de superficie**.

Consideramos un emplazamiento como óptimo cuando cumple los siguientes requisitos:



Población de más de **20.000 habitantes**



Zona que facilite la **carga y descarga** de camiones



Recinto de **fácil acceso**



Inmuebles **ya edificados o proyectos futuros**



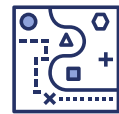
Zona de **aparcamiento** amplio, preferiblemente en la superficie y con un mínimo de **80 plazas**



Parcelas de **4.000 a 8.000 m²** con posibilidad de edificar un **inmueble comercial** de como mínimo 1.600 m²



Ubicación competitiva y cómoda para los clientes. Por ejemplo, zonas céntricas o centros comerciales



Parques de **medianas superficies**

UBICACIÓN COMPETITIVA



APARCAMIENTO AMPLIO



ACCESO FÁCIL



EXCEPCIONES

En caso de que el inmueble no cumpla los requisitos anteriores, podría considerarse óptimo si se da una de estas dos excepciones:



Parcelas de un mínimo de **2.000 m²** en las que sea viable proyectar el negocio en **varias alturas**



Locales comerciales de 1.600 m² sin aparcamiento en **calles céntricas** y con **gran tránsito peatonal**



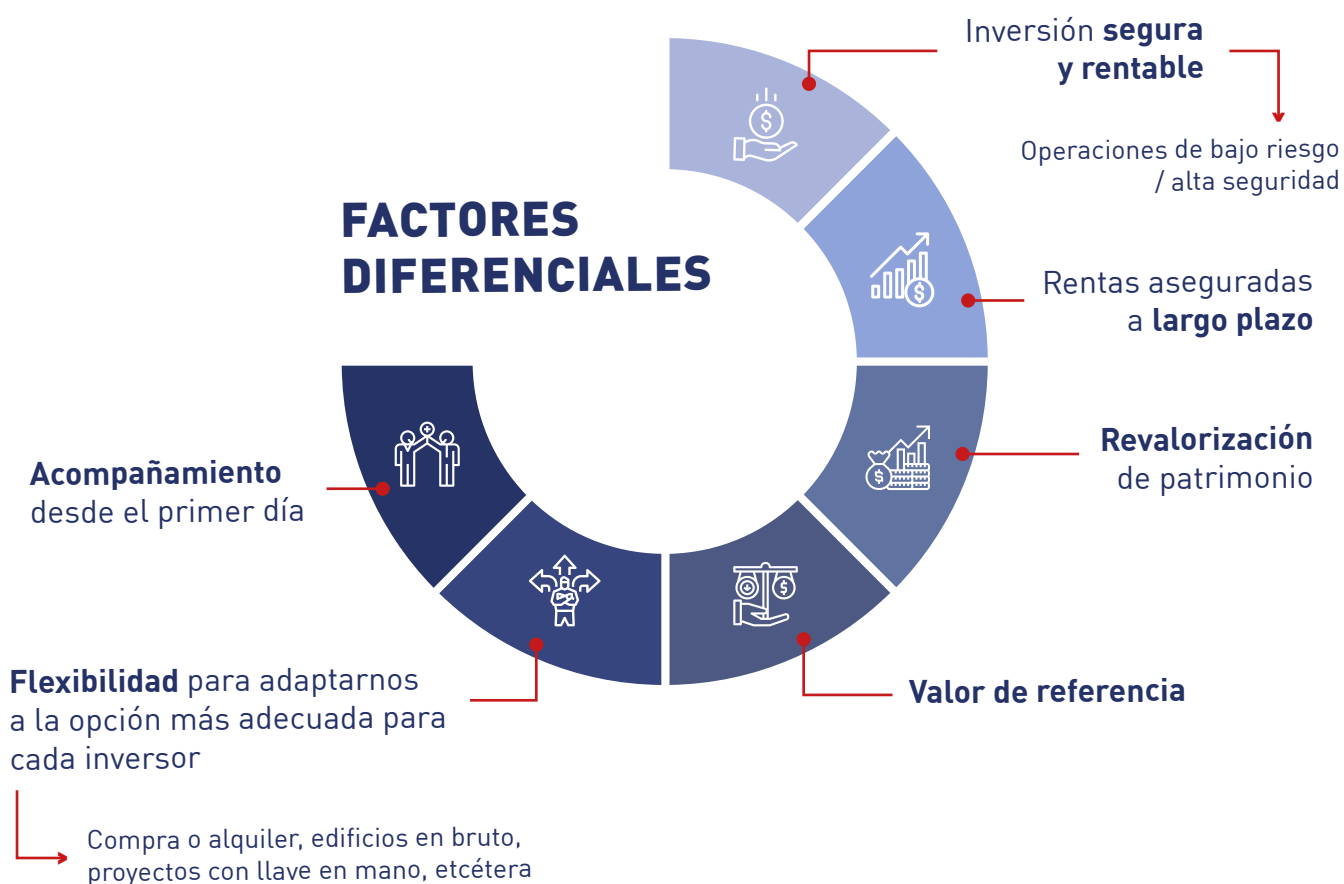
03 ¿CRECEMOS JUNTOS?

ALDI España se encuentra en fase de crecimiento debido a nuestro deseo de **expansión en todo el territorio**. Con ello, conseguimos una facturación anual de más de 1.100 millones de euros con crecimientos anuales de dos dígitos.

ALDI ofrece la solvencia de una gran multinacional de origen familiar y de reputación reconocida.

Nuestros atributos:

- Una marca **bien valorada** en el mercado español
- Un formato de tienda **adaptada al entorno**
- Un compromiso con el **desarrollo económico y social del territorio** (empleo y actividad económica)





www.aldi.es



900 902 466



Calle Víctor Hugo, 1, 08174
Sant Cugat del Vallès (Barcelona)



| [in](#) |

