



## El 81% de los consumidores da importancia al envase de los productos de marca propia

- Un 71% de los hogares españoles valora los envases sostenibles y un 87% tiene en cuenta la reducción de plásticos en los envases a la hora de realizar sus compras, según el [Estudio sobre la marca propia en España 2021](#) publicado por ALDI
- ALDI se compromete a que en 2025 todos los envases de productos de marca propia sean reutilizables, reciclables y/o compostables, que se reduzca en un 15% el material y en un 20% el plástico virgen de los envases.
- En 2021, la cadena de supermercados ahorró 40 toneladas de plástico virgen en la categoría de detergencia

Sant Cugat del Vallès, 10 de febrero de 2022-. El 81% de los consumidores afirma dar importancia al envase de los productos de marca propia en los supermercados, según se desprende del [Estudio sobre la marca propia en España 2021](#) publicado por ALDI. Un 71% valora los envases sostenibles y un 87% tiene en cuenta la reducción de plásticos en los envases en su toma de decisión.

Con el objetivo de mitigar su impacto en el medio ambiente, ALDI se ha comprometido para 2025 que **todos sus envases de productos de marca propia sean reutilizables, reciclables y/o compostables, reducir en un 15% el material y en un 20% el plástico virgen de los envases.** Para conseguirlo, y desde hace algunos años, la cadena de supermercados está implementando mejoras de forma sistemática en sus envases.

De hecho, medidas como el **rediseño de los envases, con opciones reutilizables o *refill*, la optimización del uso de materiales y el uso de plástico reciclado** han permitido a ALDI ahorrar durante el último año **más de 40 toneladas de plástico en la categoría de detergencia.** En 2020, ALDI ya evitó el uso de más de 52 toneladas de plástico en esta categoría.

Durante el año pasado, la compañía sustituyó el plástico virgen por plástico reciclado en más de 13 artículos de su marca Esselt, en algunos casos hasta el 100% del envase. La cadena de supermercados está trabajando para mejorar la sostenibilidad de todos sus productos de esta categoría. Además, los artículos de celulosa (papel higiénico o de cocina) y los **papeles húmedos como las toallitas, además de presentarse con un envoltorio de plástico reciclado, cuentan con las certificaciones PEFC™ y FSC®** que asegura la procedencia de fuentes controladas y bosques gestionados de forma responsable.



### Sobre ALDI

ALDI es una de las principales cadenas de supermercados de España, con un modelo de negocio basado en el descuento. La entrada de ALDI en el mercado español se produjo en 2002 y actualmente cuenta con más de 350 tiendas y cerca de 6.000 empleados. ALDI orienta su actividad en ofrecer productos de alta calidad al mejor precio, que obtiene comprando a los mejores proveedores locales, estatales e internacionales, y mediante sus marcas propias, como El Mercado, El Horno, Special, La Tabla, Esselt, Milsani, GutBio, Biocura o Mildeen, entre otras.

El grupo de empresas ALDI Nord es una de las cadenas de alimentación más importantes del mundo. El discounter centra todos sus esfuerzos en ofrecer productos básicos de calidad al mejor precio a clientes de nueve países europeos. La clave del éxito continuado de ALDI Nord Group son sus más de 77.000 colaboradores y colaboradoras de Bélgica, Dinamarca, Francia, Alemania, Luxemburgo, Países Bajos, Polonia, Portugal y España.

Para más información: [www.aldi.es](http://www.aldi.es)

Contacto para medios de comunicación:

Cristina Vilà - 932 172 217 - [aldi@llorentycuenca.com](mailto:aldi@llorentycuenca.com)

Mariona Maymó - 932 172 217 - [aldi@llorentycuenca.com](mailto:aldi@llorentycuenca.com)