



El 97% de los tiques de compra en ALDI ya incorpora algún producto de su marca propia

- En el último año, la compañía ha aumentado las ventas de sus productos de marcas originales en surtido fijo en un 4,2%
- Una compra con productos de marca propia de ALDI (sin frescos) puede suponer un ahorro anual de 696,62 euros para las familias españolas
- La marca propia es uno de los ejes del modelo de descuento de ALDI, que le permite garantizar un elevado nivel de calidad a precios bajos y un respeto inalterable por la cadena de valor

Sant Cugat del Vallès, 4 de junio de 2024- La marca propia está cada vez más presente en las cestas de los consumidores españoles. **Según datos de ALDI, del total de tickets con productos de su surtido fijo, un 97% ya incorpora algún producto de su marca propia.** En total, **ALDI ha contribuido en cerca de un 7% al crecimiento en volumen de los productos de marca propia durante los últimos dos años**, según Kantar Worldpanel.

El aumento de ventas experimentado en este tipo de productos es signo de la confianza del consumidor hacia las marcas originales de ALDI. En concreto, según datos internos, **en el último año la compañía ha aumentado las ventas de sus productos de marcas originales en surtido fijo en un 4,2% (cierre de abril).**

La marca propia, junto con el origen nacional, la calidad y precio de sus productos, son el eje del modelo de descuento de ALDI y una de las claves para que la compañía haya podido **actuar como dique de contención** de la subida generalizada de precios. En la actualidad, **la cadena de supermercados ofrece 9 de cada 10 productos de su marca original en sus tiendas en España**, hecho que le permite garantizar un elevado nivel de calidad a precios bajos, manteniendo el respeto por la cadena de valor.

Un ahorro anual de hasta 692,62 euros gracias a la marca propia

Una cesta de la compra con productos de marca propia de ALDI (sin frescos) puede suponer un ahorro anual de 696,62 euros para las familias españolas. Según un ejercicio realizado por ALDI basándose en datos de la consultora Kantar Worldpanel, durante el último año **los consumidores que acudieron a ALDI podrían haber reducido en un 15,5% el gasto anual sin frescos precederos de su cesta de la compra solo con productos de sus marcas originales**, respecto a la media del mercado español.

Rebaja permanente de precios y una expansión sostenida

Para ofrecer nuevas vías de ahorro a sus clientes, ALDI ha aplicado una **rebaja permanente en el precio de más de 450 productos** durante el primer cuatrimestre de 2024. Además, **la cadena de supermercados cerró abril con los precios en todas las categorías de**



producto un 14% más bajos respecto a la media del sector, según datos del panel de detallistas de Circana.

Con el objetivo de acercar su modelo de ahorro al máximo de hogares posible en España, la compañía también ha anunciado **5 nuevas aperturas en menos de un mes**: tendrán lugar en junio en **Bilbao, La Seu d'Urgell (Lleida), Figueres (Girona), Benisa (Alicante) y Marbella (Málaga)**. Además, en verano espera abrir nuevos establecimientos en **Castro Urdiales, Gran Canaria y el Garraf (Barcelona)**. Estas inauguraciones se sumarán a las que han tenido lugar entre marzo y mayo en **L'Hospitalet (Barcelona), Los Realejos (Tenerife), El Puerto de Santa María (Cádiz), Arganda del Rey (Madrid) y Nerja (Málaga)**.

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 440 tiendas y más de 7.200 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, que representan el 86% de su surtido y cuyos estándares permiten mantener la mejor relación calidad – precio en sus productos.

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 ocho países europeos. La clave del éxito continuado de ALDI Nord Group son sus más de 91.000 trabajadores y trabajadoras de Bélgica, Francia, Alemania, Luxemburgo, Países Bajos, Polonia, Portugal y España.

Para más información: www.aldi.es

Contacto para medios de comunicación:

Marta Santacreu – 932 172 217 - aldi@llyc.global

Clara López – 932 172 217 - aldi@llyc.global

Laura Morillo – 932 172 217 - aldi@llyc.global