



Con cerca de 6 millones de clientes, ALDI vuelve a situarse como la cadena de supermercados que más clientes gana en el último año

- La compañía incrementó su penetración en un 6,8% respecto a 2020 y se sitúa como la cadena nacional con mayor crecimiento porcentual dentro del sector, según datos de Kantar Worldpanel
- La frecuencia de compra de los clientes de ALDI aumentó en un 5,1% y también lo hicieron los actos de compra, que subieron un 12,4%, el mayor crecimiento del sector a nivel nacional
- Por categoría, en frutas y verduras ALDI es la cadena de supermercados con mejor evolución en 2021

Sant Cugat del Vallès, 8 de febrero de 2022-. ALDI sigue aumentando su presencia en el mercado español y lo hace superando los **5,9 millones de clientes en 2021**. Según datos de Kantar Worldpanel, esta cifra supone un **incremento del 6,8% en comparación con 2020 (0,7 puntos más que el año anterior)** y consolida a ALDI como la cadena nacional con mayor crecimiento porcentual dentro del sector. De este modo, **ALDI vuelve a situarse como la cadena de ámbito nacional que más clientes ganó en el último año**.

De acuerdo con datos de la misma compañía, ALDI no solo consigue llegar cada vez a más hogares, sino que también está fidelizando a sus clientes habituales. En este sentido, **la frecuencia de compra en ALDI aumentó durante el año pasado en un 5,1%, 1,5 puntos más que en 2020, cuando subió un 3,6%**. Esta cifra refleja el fuerte plan de expansión que ALDI está llevando a cabo en España en los últimos años.

El posicionamiento de la cadena de distribución también se pone de manifiesto en los **actos de compra** de sus clientes, donde ALDI experimenta también el mayor crecimiento porcentual del sector a nivel nacional, con un aumento del 12,4%.

ALDI también es la cadena que gana más clientes en la categoría de frutas y verduras

Por categoría, las frutas y verduras experimentaron un buen desarrollo en 2021. En concreto, ALDI es la **cadena de supermercados que gana más clientes en esta categoría de productos, con un 3,4%**, lo que supone 0,8 puntos más en comparación con el año anterior. Además, ALDI



también aumentó un 3,6% la frecuencia de compra en fruta y verdura respecto a 2020, fidelizando así la compra de esta categoría de productos entre sus clientes.

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

Contacto para medios de comunicación:

Cristina Vilà - 932 172 217 - aldi@llorentycuenca.com

Mariona Maymó - 932 172 217 - aldi@llorentycuenca.com