



ALDI sigue conteniendo el repunte de precios por debajo del sector

- La compañía se mantiene, un mes más, como dique de contención del alza de los precios en el sector de la distribución
- Al comparar la subida de precios entre septiembre de 2022 respecto a septiembre de 2021, ALDI se situó un 1,5% por debajo del incremento del 12,7% registrado en el sector, según los últimos datos de Kantar Worldpanel
- La cadena de supermercados proporciona una opción de compra sencilla y asequible que ayuda al consumidor a encontrar vías de ahorro para su compra habitual

Sant Cugat del Vallès, 28 de octubre de 2022- Un mes más, ALDI se consolida como dique de contención ante la subida de precios generalizada en el mercado, conteniendo el incremento por debajo del promedio de la distribución. Según datos de Kantar Worldpanel, al comparar el alza de los precios de septiembre de 2022 respecto a septiembre de 2021, **ALDI se situó un 1,5% por debajo del incremento del 12,7% registrado en el sector, sin frescos.**

Ante el contexto actual de inflación, el consumidor está buscando vías de ahorro para contener el coste de su cesta habitual. ALDI, con sus precios bajos siempre, se está convirtiendo en **una opción de compra sencilla y asequible que ayuda al consumidor a encontrar estas vías de ahorro.** A ello, se le suman **promociones semanales y una fuerte presencia de la marca propia** (el 86% de su surtido), junto con otras **ofertas en productos básicos de la cesta de la compra** y otros productos favoritos de los clientes de ALDI que les permiten encontrar cada semana productos básicos, entre estos productos frescos, al precio más bajo del mercado.

Con **una cuota de mercado del 1,4%** y un intenso plan de expansión que le llevará a cerrar el año con **cerca de 400 supermercados abiertos en España**, ALDI sigue ganándose la confianza de los consumidores y más de **6 millones de familias españolas confían en la compañía** para realizar su compra habitual, según datos de Kantar Worldpanel.

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 380 tiendas y más 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 86.000 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:

Oriol Luque – 932 172 217 - aldi@llorentycuenca.com

Marta Santacreu – 932 172 217 - aldi@llorentycuenca.com

Clara López – 932 172 217 - aldi@llorentycuenca.com