



ALDI sigue creciendo y se sitúa como la cadena de supermercados que más clientes ganó en 2020

- La compañía aumentó en un 6,1% su penetración en el mercado, siendo la cadena de distribución con el crecimiento porcentual más alto del sector, según datos de Kantar Worldpanel.
- Actualmente, ALDI tiene una penetración del 31,2% y ya son cerca de 5,6 millones de familias las que confían en sus establecimientos y productos para realizar su compra semanal

Sant Cugat del Vallès, 25 de febrero de 2021-. ALDI aumentó su penetración en el mercado en un 6,1% en 2020, siendo el **crecimiento más alto del sector** y alcanzando una penetración **del 31,2% en los hogares españoles**, según datos de Kantar Worldpanel. Actualmente, y según la misma consultora, ALDI cuenta con una cuota de mercado del 1,3 y ya son **cerca de 5,6 millones de familias españolas las que confían en ALDI** para realizar su compra habitual, lo que supone un aumento del 6,9% respecto el año anterior.

La **frecuencia de compra de los clientes de ALDI también aumentó** durante el año pasado, en concreto en un 3,6%, así como también lo hicieron el volumen y el valor por acto de compra. Estas cifras de crecimiento de la compañía acompañan el fuerte plan de expansión que la cadena de supermercados está desarrollando en España en los últimos años.

Para este 2021, ALDI ya ha anunciado que tiene previsto abrir **cerca de 40 nuevas tiendas en el país**. Las próximas aperturas previstas tendrán lugar el próximo 3 de marzo en los municipios de Alboraiá (Valencia) y Santurtzi (Bizkaia). Además, y en línea con este plan de expansión, la compañía ha anunciado que contratará cerca de **500 colaboradores y colaboradoras solamente durante la primera mitad del año**, llegando a un total de 6.000 empleados en todo el país.

La buena relación calidad-precio, el aspecto más valorado de ALDI

De entre los aspectos que más valoran los españoles de ALDI en comparación al resto de cadenas de supermercados españolas, según Kantar Insights*, destaca la **buena oferta calidad-precio**. De hecho, el año pasado, la cadena de supermercados destacó por ser la que menos aumentó los precios en productos envasados debido a la inflación, solamente un 0,3%, en comparación con el 1,4% de media del mercado. Según datos de la propia compañía, donde se analiza el precio de sus productos comparados individualmente, **los precios se redujeron el año pasado en un 0,75% respecto al año anterior**.



Sobre ALDI

ALDI es una de las cadenas de alimentación y supermercados más importantes del mundo. Su origen es alemán y pertenece al grupo ALDI Nord, que cuenta con casi 5.000 tiendas distribuidas en 9 países. La entrada de ALDI en el mercado español se produjo en abril de 2002. Actualmente cuenta con más de 330 establecimientos y más de 5.500 trabajadores en España.

ALDI se concentra en lo que es esencial: la comodidad y funcionalidad de sus establecimientos, la elevada auto exigencia a la hora de seleccionar los mejores productos y la cualificación de sus colaboradores. Uno de los valores de ALDI es la calidad de sus productos, que obtiene comprando a los mejores proveedores locales, estatales e internacionales, y ofreciendo sus marcas propias, como El Mercado de ALDI, el Horno de ALDI, Special de ALDI, la Tabla de ALDI, Esselt de ALDI, Milsani, GutBio, Biocura, Mildeen, entre otras.

Para más información: www.aldi.es

Contacto para medios de comunicación:

Cristina Vilà - 687 695 710 - aldi@llorenteycuenca.com

Oriol Aguilar - 606 64 18 34 - aldi@llorenteycuenca.com

*elaboración propia a partir del estudio Brand Pulse HBG de Kantar Insights