



La compra de marca propia en ALDI puede suponer un ahorro medio de 696 euros al año para las familias españolas

- Los clientes de ALDI podrían haber reducido en un 15,5% el gasto de su cesta anual sin frescos perecederos comprando solo sus marcas propias, en comparación a la media del mercado español
- ALDI mantiene los precios bajos gracias a una oferta basada en la marca propia (9 de cada 10 productos) y el origen nacional de exigente calidad
- ALDI cerró 2023 con los precios de su surtido fijo de los últimos dos años un 12% más bajos que la media del mercado español

Sant Cugat del Vallès, 25 de abril de 2024- 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 el ejercicio realizado por ALDI basándose en datos de la consultora Kantar Worldpanel, durante el último año (cierre de marzo de 2024) los consumidores que acudieron a ALDI podrían haber reducido en un 15,5% el gasto anual sin frescos perecederos de su cesta de la compra solo con productos de sus marcas propias, respecto a la media del mercado español.

El modelo de descuento de ALDI, basado en la marca propia y el origen nacional, busca ofrecer siempre productos con una elevada calidad al precio más bajo posible en todas las categorías. En concreto, 9 de cada 10 productos de ALDI son de marca propia y 8 de cada 10 producidos en España.

En los últimos años, la cadena de supermercados ha reforzado su oferta de marca propia para dar respuesta a la creciente demanda del consumidor por este tipo de productos. 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.

ALDI logra mantener sus precios bajos en los productos de marca con una revisión periódica de sus precios y procesos internos. La buena relación calidad-precio de los productos de marca propia de ALDI es posible gracias a las relaciones de confianza y a largo plazo que mantiene con más de 400 proveedores en España. La compañía ajusta sus precios a la oferta y la demanda, siempre manteniendo el respeto por todos los agentes de la cadena de valor. Gracias a esta colaboración con sus proveedores, ALDI se ha posicionado como la cadena de supermercados con los precios más bajos en sus productos de fruta y verdura.



ALDI cerró 2023 con unos precios un 12% más bajos que la media del mercado

ALDI ha actuado como dique de contención ante la subida de precios generalizada en el mercado. Datos de la consultora Kantar Worldpanel señalan que la compañía **cerró 2023 con los precios de su surtido fijo de los últimos dos años un 12% más bajos** que la media del mercado español.

Como resultado de este esfuerzo, **en 2024 ALDI se sitúa entre las dos primeras cadenas de supermercados que los consumidores perciben con los precios más bajos**, según Kantar Insights. La compañía ha consolidado la confianza de un consumidor español muy preocupado por el precio y, **en los últimos tres años, ha incrementado en un 30% el número de clientes.** Actualmente, más de 7 millones de familias españolas ya confían en ALDI para su compra semanal.

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 430 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 colaboradores y colaboradoras 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