



El 89% de las compras de los clientes de ALDI son productos de marca propia

- Los productos congelados bajo la marca Flete y los productos de charcutería y quesos, bajo la Tabla de ALDI, han sido los que han experimentado el mayor crecimiento en el último año, con un aumento de cerca del 38% y 34% en las ventas respectivamente
- La compañía mantiene altos estándares de calidad y precios bajos gracias a su modelo de negocio basado en el descuento y la marca propia, que ya representa el 86% del surtido

Sant Cugat del Vallès, 3 de marzo de 2021-. El modelo de negocio de ALDI basando en el descuento y la marca propia está demostrando ser un modelo de éxito en el mercado español. Actualmente, ya son **cerca de 5,6 millones de familias españolas las que confían en ALDI** para realizar su compra habitual y estas escogen principalmente productos de marca propia, de hecho, **el 89% de las compras de los clientes de ALDI son productos propios de la compañía.**

Por categorías, la que ha experimentado el mayor crecimiento de ventas en el último año ha sido la de **pescado y marisco congelado** bajo la marca Flete que ha aumentado cerca de un 38%. Destaca también la categoría de **embutidos y quesos** La Tabla de ALDI, con un crecimiento del 34%; **las conservas** El Cultivador, con un 31%; **las harinas, arroces y pastas** La Villa, con el 28%; **la categoría de pan y bollería** El Horno de ALDI, con cerca del 28%; **los productos de limpieza** Unamat, con cerca del 25% y la categoría de **productos frescos** El Mercado de ALDI (fruta, verdura, carne, pescado y huevos), con un aumento de las ventas de más del 20%.

Un modelo de negocio basado en el descuento y la marca propia

La compañía basa su modelo de negocio en desarrollar su marca propia, lo que favorece una política de precios bajos al tiempo que se mantienen altos estándares de calidad. Actualmente, la cadena de supermercados cuenta con una **oferta de cerca de 2.000 productos, el 86% de los cuales son de marca propia.** Este surtido permite que la compañía pueda trabajar con los **mejores proveedores locales y nacionales** y establecer relaciones de confianza a largo plazo con ellos para garantizar altos niveles de calidad al mejor precio. En concreto, el 80% del total de productos de la compañía son de origen nacional.

La **buena oferta calidad-precio** es, de hecho, uno de los aspectos que más valoran los clientes de ALDI en comparación al resto de cadenas de supermercados españolas, según Kantar Insights*.

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



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