



## La fruta y la verdura ganan peso en la cesta de la compra, según ALDI

- La compañía cuenta con más de 170 referencias de fruta y verdura en sus lineales
- La fruta es el producto que más penetra en el desayuno y en momentos *snacking* como la media mañana y la merienda

**Sant Cugat del Vallès, 16 de enero de 2020-** La fruta y la verdura son los productos frescos que más peso ganan en la cesta de la compra de los españoles y las españolas. Así lo revelan los datos de [El Observatorio de Frescos de ALDI](#), un estudio analítico sobre el consumo de alimentos frescos en España. Asimismo, el informe también asegura que el consumo de esta categoría de productos ya representa el **45% del total del gasto anual en alimentación** de los hogares españoles.

Otro de los puntos que destaca el informe es que la fruta, a pesar de concentrar 2/3 partes de su consumo en cenas y comidas, es el fresco que más penetra en el desayuno y en momentos *snacking* como la media mañana y la merienda. Por su parte, el 40% españoles y las españolas aseguran que las hortalizas siguen siendo el alimento predominante en las comidas.

### La comida, el principal momento de consumo

Los datos recogidos por el Observatorio de Frescos de ALDI revelan que el consumo de alimentos frescos - fruta, verdura, carne o pescado- se concentra en dos momentos clave del día: la comida y la cena. En el primer caso, los datos recabados por la compañía con el apoyo de Kantar Worldpanel, aseguran que los alimentos frescos ascienden al 88% y, durante la cena, esta cifra disminuye al 76%. Sin embargo, en la actualidad, los frescos tan solo representan un **14% de los alimentos que se consumen por la mañana**.

### Los frescos de ALDI

En tres años, la valoración de la calidad de los productos frescos de ALDI, por parte de sus clientes, ha aumentado 4,4 punto porcentuales. Además, las familias que compran en ALDI consumen ligeramente más fruta (33,1% vs. 32,1%) y verduras



frescas (29,7% vs 29,1%) que el consumidor medio. Hoy en día, la compañía cuenta con más de 170 referencias de fruta y verdura en sus lineales.

Consciente de esta tendencia, ALDI reforzó su apuesta por el producto fresco de calidad y proximidad con el lanzamiento de **El Mercado de ALDI**, su marca propia de frescos que incluye las categorías de frutas, verduras, zumos, carne, pescado y huevos. De esta manera, sus clientes pueden encontrar y reconocer más fácilmente en los lineales de los supermercados ALDI sus productos frescos de marca propia.

#### **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 2002 y actualmente cuenta con más de 300 establecimientos y más de 4.000 trabajadores en España. ALDI se concentra en lo que es esencial: la comodidad y funcionalidad de sus establecimientos, la elevada autoexigencia 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, Esselt de ALDI, Milsani, GutBio, Biocura, Mildeen, entre otras.

**Para más información:** [www.aldi.es](http://www.aldi.es)

#### **Contacto para medios de comunicación:**

Jordi Montaña Cabacés - 932 172 217 - [jmontana@llorenteycuenca.com](mailto:jmontana@llorenteycuenca.com)

Paula Serra - 932 172 217 - [pserra@llorenteycuenca.com](mailto:pserra@llorenteycuenca.com)