



La vuelta al cole en ALDI: cestas con más fruta y con ahorro

- Según datos de ALDI, los consumidores han comprado en sus establecimientos un 2,8% más barato que en el mismo período del año pasado
- El alto porcentaje de productos de marca propia (86%) y de proveedores de origen nacional (80%) han contribuido a la contención de precios en la compañía durante este 2020
- Con la vuelta de las vacaciones, las frutas son las que registran un mayor aumento de ventas

Sant Cugat del Vallès, 17 de septiembre de 2020- ALDI ha detectado un aumento significativo en las ventas de su surtido de productos frescos durante la primera semana de septiembre. En concreto, las ventas en valor de naranja han incrementado un 12% y las de plátano un 112%. En cuanto a las ventas por volumen, destaca el incremento de las ventas de Kiwi amarillo con un incremento del 2%, situando la fruta como la categoría de producto más demandada tras la vuelta de las vacaciones.

Según datos de la compañía, los clientes de ALDI han pagado un 2,8% menos en sus compras en respectu al mismo período del año anterior y un 1,1% menos en compras de productos de alimentación. Esto ha sido posible, principalmente, gracias a la contención de precios de sus productos de marca propia; que representan el 86% de su surtido. Además, el 80% de los artículos que vende ALDI proceden de proveedores nacionales.

A día de hoy, los productos de marca propia de ALDI lideran las ventas en la cadena de supermercados. En la primera mitad del año, el 67% de las ventas registradas son de productos de marca propia, como El Mercado de ALDI (frescos), La Tabla de ALDI (embutidos), El Horno de ALDI (pan y bollería), Milsani (lácteos) o Gutbio (ecológicos).

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 310 establecimientos y más de 4.500 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 y www.paralimpicos.es

Contacto para medios de comunicación:



Lidia Alcaide – aldi@llorenteycuenca.com

Paula Serra - aldi@llorenteycuenca.com