



La leche, la fruta y la verdura, los frescos que más se planifican a la hora de hacer la compra

- **Los consumidores españoles también suelen comprar fruta y verdura por impulso, ante la atracción de innovar y descubrir nuevas variedades**

Sant Cugat del Vallès, 6 de octubre de 2022- Los productos frescos se han convertido en uno de los alimentos imprescindibles para las familias españolas, y de hecho esta es una de las categorías que más se planifica a la hora de hacer la compra.

Según los resultados de la cuarta edición del [Observatorio de Productos Frescos de ALDI en España](#), **9 de cada 10 españoles y españolas compra con mayor previsión la leche, la verdura y la fruta**, una tendencia que no se produce en otras categorías de productos frescos. Les siguen la carne y el pescado frescos, así como los huevos, que también se planifican en el momento de llenar el carrito de la compra.

Sin embargo, también **se compran frutas y verduras por impulso** a pesar de que las familias españolas suelen prever qué escogerán. En concreto, la fruta se comporta como una **categoría indulgence**, que también se compra por placer, ante la atracción de **innovar y descubrir nuevas variedades y sabores**. Asimismo, **la variedad del surtido en los supermercados** también llama la atención del consumidor y conduce a las compras compulsivas de este tipo de productos.

Disminuye el interés por la carne y el pan frescos

El año pasado, el interés por la carne fresca y el pan fresco bajó. El informe pone de manifiesto que, en los últimos años, **se compran en menor cantidad y de forma menos frecuente**. Solo en 2020, la carne logró aumentar esta inclinación a causa de las restricciones en la hostelería que obligaron a consumir más carne fresca en casa.

Si nos centramos en el gasto y el peso de los frescos dentro de la cesta, el **jamón ibérico** se posiciona como el **producto que se compra con mayor volumen y al que más gasto se dedica**. Destacan también, dentro de cada categoría, las cerezas y la sandía, las patatas, la merluza y la pescadilla, y la carne de ovino y la de ave.

El Observatorio de Frescos de ALDI 2022

La cuarta edición del Observatorio de frescos de ALDI hace una radiografía sobre el consumo de alimentos frescos en España durante 2021 con especial foco en prioridades y tendencias de actualidad como la sostenibilidad, la temporada o el origen. Todos los datos y conclusiones de este análisis proceden de un estudio realizado por ALDI, con el soporte de Kantar Worldpanel, y de una encuesta cuantitativa realizada por un panel externo a 3.254 consumidores y consumidoras. El Observatorio de frescos de ALDI se enmarca en la apuesta



de la compañía por la categoría de frescos a través de su marca propia y bajo la que se ofrece un surtido de más de 500 productos frescos.

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 380 tiendas y más de 6.000 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, como El Mercado, El Horno, Special, La Tabla, Esselt, Milsani, GutBio, Biocura o Mildeen, entre otras.

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 nueve países europeos. La clave del éxito continuado de ALDI Nord Group son sus más de 86.000 colaboradores y colaboradoras de Bélgica, Dinamarca, Francia, Alemania, Luxemburgo, Países Bajos, Polonia, Portugal y España.

Para más información: www.aldi.es

Contacto para medios de comunicación:

Oriol Luque - 932 172 217 - aldi@llorenteycuenca.com

Marta Santacreu - 932 172 217 - aldi@llorenteycuenca.com

Clara López - 932 172 217- aldi@llorenteycuenca.com