



Más de 5 millones de hogares ya confían en ALDI para realizar su compra familiar

- La compañía identifica un crecimiento de los actos de compra del 12% durante el primer semestre de 2019
- ALDI fue, en 2018, la compañía del sector que más clientes nuevos incorporó, con un total de 515.000 nuevos hogares, según Kantar Worldpanel

Sant Cugat del Vallès, 23 de julio 2019-. ALDI sigue incrementando la confianza que genera entre los compradores. La compañía **ha superado la cifra de 5 millones de hogares** españoles que ya confían en sus establecimientos y productos para realizar su compra familiar. Según datos de Kantar Worldpanel, ALDI ha experimentado un crecimiento de la **penetración en los hogares españoles de 6,2 puntos** porcentuales en los tres últimos años.

Este incremento de la confianza de los compradores coincide con la apuesta que la compañía está haciendo en el mercado español, donde ya dispone de más de 300 establecimientos en todo el país. En este sentido, ALDI también ha visto **como el número de compras de sus clientes ha experimentado un incremento del 12%** durante el primer semestre de 2019, respecto el mismo período del año pasado.

España es un mercado estratégico para la compañía, durante el año **2018**, fue la **cadena de supermercados que más clientes incorporó**, con un total de **515.000 hogares**. Según estos datos de Kantar Worldpanel, ALDI ha alcanzado una penetración del 28,6% en los hogares españoles (vs. 22,4 en 2016). Además, consciente de que la proximidad con el cliente es un factor clave para ganar cuota de mercado, ALDI inauguró 32 establecimientos el pasado 2018 y prevé un ritmo de aperturas similar para este 2019.

Asimismo, la compañía ya cuenta con más de 4.000 trabajadores en España, y empleará a **228 personas** más para la campaña de verano de este 2019, un 217% más que el año pasado.

Del crecimiento comercial a la responsabilidad ambiental

ALDI trabaja día a día para ofrecer un producto cada vez mejor, que sea responsable con la sociedad y que se adapte a las necesidades de consumo del cliente. Por esto, la compañía ha anunciado recientemente **el ahorro de 1.209,5 toneladas de plástico**



al año con nuevas medidas que permitirán reducir el impacto del plástico en sus supermercados.

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

Contacto para medios de comunicación:

Jordi Montaña Cabacés - 932 172 217 - jmontana@llorenteycuenca.com

Paula Serra - 932 172 217 - pserra@llorenteycuenca.com