



La relación calidad-precio de ALDI, entre los atributos mejor valorados por los consumidores

- **La proximidad de sus tiendas (25%) y sus precios bajos (22%) son también otros de los atributos mejor percibidos en ALDI, según Kantar Insights**
- **ALDI mantiene los precios bajos gracias a una oferta basada en la marca propia (9 de cada 10 productos) y el origen nacional de exigente calidad**
- **En 2024, ALDI se sitúa entre las dos primeras cadenas de supermercados que los consumidores perciben con los precios más bajos, según Kantar Insights**

Sant Cugat del Vallès, 4 de abril de 2024- La buena relación calidad-precio se consolida como uno de los atributos de ALDI mejor percibidos por los consumidores, según datos de Kantar Insights. En concreto, **cerca de 1 de cada 4 consumidores en España (23%)** valora muy positivamente el equilibrio entre calidad y precio de los productos de ALDI, junto con la proximidad de sus tiendas (25%) y sus precios bajos (22%).

La compañía trabaja para mantener un estándar de calidad exigente manteniendo precios económicos y siempre respetando la cadena de valor. Por ello, mantiene relaciones a largo plazo y de confianza con sus proveedores y **garantiza ahorros para los hogares que optan por una opción de compra completa, sencilla y económica**, basada en productos de marca propia y en un 80% de origen nacional.

Como resultado de este compromiso, **ALDI ha actuado como dique de contención ante la subida de precios generalizada en el mercado, conteniendo el incremento de precios por debajo del promedio de la distribución durante el último año**. Según datos internos, a cierre de 2023, ALDI se situó más de un 2% por debajo del incremento del 7,1% registrado en el sector.

Este esfuerzo también se refleja en la confianza del consumidor: **en 2024, ALDI se sitúa entre las dos primeras cadenas de supermercados que los consumidores perciben con los precios más bajos en España**, según Kantar Insights. La compañía ha fidelizado a un consumidor muy preocupado por el precio, la calidad y el origen nacional: **en los últimos tres años, ALDI ha incrementado en un 29% el número de clientes y ya son más de 7 millones los que confían en sus supermercados**, según Kantar Worldpanel.

La marca propia y el origen nacional, garantía de la mejor relación calidad-precio

Según se desprende de la tercera edición del [Estudio sobre la Marca Propia en España](#), en 2023 el consumo de productos de marca propia creció más de 3 puntos porcentuales, situándose en el 53,5%. En este contexto, Kantar Worldpanel señala que **ALDI ha contribuido un 10,3% al crecimiento en volumen de la marca propia durante los**



últimos tres años, animando a los consumidores a probar una oferta distinta a la que conocían.

El precio más bajo de los productos de marca propia es el principal motivo que explica este aumento, según el 66% de los consumidores. **La mitad de las familias españolas también declara haber incrementado su consumo gracias a la buena relación calidad-precio que ofrecen.**

Además, en relación al origen de los productos de marca propia, 7 de cada 10 españoles declara priorizar la compra de productos de marca propia si proceden de proveedores nacionales.

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 más de 430 tiendas y más de 7.200 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, que representan el 86% de su surtido y cuyos estándares permiten mantener la mejor relación calidad – precio en sus productos.

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 ocho países europeos. La clave del éxito continuado de ALDI Nord Group son sus más de 91.000 colaboradores y colaboradoras de Bélgica, Francia, Alemania, Luxemburgo, Países Bajos, Polonia, Portugal y España.

Para más información: www.aldi.es

Contacto para medios de comunicación:

Marta Santacreu – 932 172 217 - aldi@llyc.global

Clara López – 932 172 217 - aldi@llyc.global

Laura Morillo – 932 172 217 - aldi@llyc.global