



ALDI es la cadena de supermercados que más crece en penetración respecto a mayo del año pasado

- Ya son cerca de 4 de cada 10 familias las que confían en ALDI para su compra habitual, según datos de Kantar Worldpanel
- Para ofrecer productos de calidad precio más bajo a sus clientes, ALDI ha rebajado permanentemente más de 450 artículos básicos y esenciales
- La compañía ha llevado a cabo un ambicioso plan de expansión en España y ya cuenta con más de 440 tiendas y más de 7 millones de clientes en el país

Sant Cugat del Vallès, 13 de junio de 2024-. ALDI se posiciona como la cadena de supermercados que más ha crecido en entrada en los hogares españoles respecto mayo del año pasado en España. Según datos de la consultora Kantar Worldpanel, la compañía aumentó su penetración en 2,1 puntos porcentuales entre mayo de 2023 y mayo de 2024, una cifra por encima de la del resto de competidores. Por ello, con un modelo centrado en la calidad a precios bajos, ya son cerca de 4 de cada 10 familias españolas (37,3%) las que confían en ALDI para su compra habitual.

La oferta de ALDI, que ofrece calidad, precios bajos, marca propia y productos de origen nacional, ha conseguido atraer a un mayor número de hogares españoles y se ha posicionado como una opción de compra relevante y de confianza en España. Gracias a esta estrategia y a un ambicioso plan de expansión, la cadena de supermercados ha aumentado en un 26% sus clientes en el país en los últimos tres años y ya son más de 7 millones en todo el país.

Precios hasta un 14% más bajos respecto a la media del sector

El modelo de ALDI le permite ofrecer a sus clientes vías de ahorro en su compra habitual. Según datos del panel de detallistas de Circana, la cadena de supermercados cerró abril con los precios en todas las categorías de producto un 14% más bajos respecto a la media del sector. Para seguir asegurando ahorros a sus clientes, ALDI ha aplicado una rebaja permanente en el precio de más de 450 productos básicos y esenciales en la cesta de la compra durante el primer cuatrimestre de 2024.

De hecho, una cesta de la compra con productos de marca propia de ALDI (sin frescos) puede suponer un ahorro anual de 696,62 euros para las familias españolas. Según un ejercicio realizado por ALDI basándose en datos de la consultora Kantar Worldpanel, durante el último año los consumidores que acudieron a ALDI podrían haber reducido en un 15,5% el gasto anual sin frescos precederos de su cesta de la compra solo con productos de sus marcas originales, respecto a la media del mercado español.



ALDI se proyecta en España con 5 nuevas tiendas en junio

Durante los últimos años, ALDI ha impulsado un **sólido plan de desarrollo para acercar su opción de compra al máximo número de hogares**. En 2023, ALDI abrió alrededor de 50 tiendas en todo el país y este tiene previsto seguir impulsando su presencia en el país con un ritmo similar de aperturas. Este mes de junio, se reforzará en el **País Vasco, Cataluña, la Comunidad Valenciana y Andalucía**, con **5 nuevas aperturas** en Bilbao (Bizkaia), Figueres (Gerona), la Seu d'Urgell (Lérida), Benissa (Alicante) y Marbella (Málaga).

Estas inauguraciones se sumarán a las que ya han tenido lugar entre marzo y mayo en L'Hospitalet (Barcelona), Los Realejos (Tenerife), El Puerto de Santa María (Cádiz), Arganda del Rey (Madrid) y Nerja (Málaga).

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 440 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 trabajadores y trabajadoras 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