



## ALDI Portugal distinguida como marca Superbrand 2020

Este prémio veio reconhecer e reforçar o objetivo da ALDI em oferecer aos portugueses uma vasta gama de produtos de elevada qualidade a preços acessíveis, que refletem a essência da marca.

A marca, pouco conhecida dos portugueses quando entrou em território nacional, há 14 anos, tem demonstrado, uma grande preocupação em adaptar-se às necessidades e características do consumidor português que está mais exigente e consciente; sabe o que é melhor para si, para a sua família e, também, para o ambiente. Quer consumir alimentos que sejam saborosos e saudáveis, mas também aliar-se a questões como o combate ao desperdício alimentar ou a promoção da produção nacional, tudo isto, com uma boa experiência de compra.

Desde então, a ALDI tem vindo a apostar na evolução e inovação do seu sortido, que assenta na oferta de produtos frescos e marca própria, de elevada qualidade a preços acessíveis, assumindo a responsabilidade pela produção sustentável dos seus produtos alimentares, assim como pelo cumprimento das normas do bem-estar animal. Além disso, conta ainda com uma gama variada de produtos biológicos, vegetarianos e vegan, sem glúten e sem lactose, sempre a preços competitivos, que vão ao encontro das necessidades e exigências dos consumidores e que proporcionam uma verdadeira experiência de descoberta.

No início deste ano, a ALDI Portugal começou a dar os primeiros passos para uma abordagem de comunicação mais próxima dos consumidores. Com a entrada nas redes sociais, o lançamento das primeiras campanhas nacionais em rádio e televisão e a nova assinatura “ALDI faz a diferença”, a marca veio reforçar o seu posicionamento, que se destaca, simultaneamente, pela preocupação diária em oferecer produtos de qualidade a preços acessíveis e ainda, pela sua postura e forma de atuação no mercado.

A ALDI Portugal, enquanto uma das empresas líder no segmento Discount, encontra-se numa fase de aposta e investimento, com vista a fortalecer a sua posição, quer em termos de superfícies de venda quer de estruturas de abastecimento. Em 2017, a marca iniciou um importante projeto de modernização das suas lojas. Através da implementação do layout "ANIKO" (ALDI Nord Instore Concept), a marca pretende proporcionar aos clientes uma jornada simplificada, através de espaços amplos e luminosos, com uma organização de produtos melhorada e um sortido adaptado às suas necessidades.

Para 2021, a cadeia tem previstas 25 novas lojas, que prometem trazer muitas novidades aos consumidores e emprego às comunidades locais. A marca assume um plano vigoroso de crescimento, que passará pela presença em novas geografias e a aposta em novos formatos de loja nos centros urbanos para servir de forma mais conveniente a população.

A constante abertura de novas lojas, aliada à confiança que os consumidores têm depositado na ALDI Portugal e o início de uma abordagem de comunicação omnicanal mais regular, contribuíram para um processo natural de construção e aproximação da marca aos consumidores portugueses. Desta forma, a ALDI assume ter sido através do seu padrão de consistência nos seus valores-chave, ao longo dos anos, que conseguiu destacar-se como Superbrand.

Os prémios Superbrands visam reconhecer marcas de excelência, referidas de forma espontânea pelos consumidores e votado por um conselho de especialistas. Isto permite que os consumidores revelem as suas verdadeiras convicções sobre as marcas que mais admiram, com quem mais se identificam e as que mais confiam nas diferentes categorias e segmentos.



#### SOBRE A ALDI

A cadeia ALDI conta, atualmente, com 81 lojas em Portugal e mais de 2.000 colaboradores e assume ter um plano de expansão ambicioso, admitindo a inauguração de um número considerável de lojas em geografias onde ainda não está presente, mas também o reforço da sua presença, em algumas zonas.

Com um posicionamento assente na forte oferta de produtos frescos e nas suas marcas exclusivas, a ALDI apresenta uma gama alargada na área da frescura, produtos biológicos, vegetarianos e vegan, sem glúten e sem lactose, de elevada qualidade e preços competitivos. Para corresponder às necessidades do mercado português, é dada preferência aos produtores nacionais em várias categorias, como na fruta e legumes ou na carne fresca que, neste caso, é praticamente toda de origem nacional.

Como empresa internacional de retalho o grupo empresarial ALDI Nord tem consciência das consequências da sua atividade empresarial para o ambiente e para a sociedade. Na sua Política de Responsabilidade Empresarial "Simplesmente responsável" o grupo, ao qual a ALDI Portugal pertence, define o seu posicionamento em várias áreas de atuação que vão desde a responsabilidade pelas condições sociais e ambientais na cadeia de abastecimento e a implementação de medidas para a conservação de recursos, até ao seu compromisso social e que se refletem, por exemplo, na oferta de produtos produzidos de forma sustentável.

#### CONTACTOS

Departamento de MarCom  
ALDI Portugal

[marketing@aldi.pt](mailto:marketing@aldi.pt)  
[www.aldi.pt](http://www.aldi.pt)

Lisboa, 2 de novembro de 2020

Publicado por: ALDI Portugal – Supermercados, Lda.