



Comunicato stampa

UN 2024 DI CONFERME PER LA CONVENIENZA DEL PREZZO ALDI:

L'AZIENDA PROSEGUE IL PIANO DI ESPANSIONE NEL BELPAESE ALL'INSEGNA DELLA RIGENERAZIONE URBANA PER ESSERE SEMPRE PIÙ VICINA ALLE COMUNITÀ LOCALI

- *Quasi 200 punti vendita al Nord Italia dall'arrivo nel 2018 con un importante impatto occupazionale (oltre 3.600 collaboratori)*
- *20 nuove aperture nel 2024 all'insegna della rigenerazione urbana e riqualificazione green*
- *"Everyday Low Prices (EDLP)" per offrire ogni giorno la migliore qualità all'insegna della convenienza del PREZZO ALDI*
- *ALDI per la comunità: sostegno continuativo alle campagne AIRC per la ricerca scientifica e per le iniziative di donazione alimentare al fianco di Banco Alimentare*

Verona, 27 gennaio 2025 – Il 2024 di **ALDI Italia**, parte del Gruppo ALDI SÜD, realtà multinazionale di riferimento della Grande Distribuzione Organizzata tra i principali operatori mondiali, si è attestato come un anno di importanti conferme per la convenienza del **PREZZO ALDI**, diventato un punto di riferimento per una comunità sempre più estesa al Nord Italia.

L'ultimo anno ha visto, infatti, il raggiungimento dell'ambizioso traguardo dei **197 negozi in 6 regioni del Nord Italia** (Lombardia, Veneto, Emilia-Romagna, Piemonte, Friuli-Venezia Giulia e Trentino-Alto Adige).

Il piano di espansione territoriale, avviato nel 2018, ha segnato nuove importanti milestone all'insegna di tre pilastri: **nuove aperture come occasione di rigenerazione urbana, valore alle persone attraverso strategie di talent attraction ed empowerment femminile, sostegno continuativo alla comunità locale grazie all'"Everyday Low Prices (EDLP e EDLP Low)"** per offrire ogni giorno la migliore qualità all'insegna della **convenienza del PREZZO ALDI**, supportando attivamente i consumatori nel contrasto all'inflazione.

Un risultato di valore raggiunto grazie alla dedizione di un team sempre attento alle esigenze dei clienti che, in Italia, nel 2024, ha raggiunto quota **3.681 collaboratori, segnando un + 18,6% rispetto al 2023, con un incremento delle nuove assunzioni pari al +32%**, a conferma dell'importante impatto occupazionale generato dalle nuove aperture.

Il personale ALDI, la cui età media si aggira intorno ai 34 anni, con il 56% degli occupati under 35 e il 52,9% di donne in posizioni manageriali, ha potuto beneficiare nel corso dell'anno di numerose **iniziative di formazione, con oltre 6.700 ore di training (+10% vs 2023)**. Nel 2024, l'impegno di ALDI a favore dei suoi collaboratori è stato confermato da alcune **importanti certificazioni** come **"Italy's Best Employers 2024"** del **Corriere della Sera** e i due riconoscimenti ricevuti in occasione del **Talent Communication Summit di Potential Park**, che ha premiato l'azienda per le strategie di talent attraction dei nuovi candidati e per la user experience offerta durante il processo di candidatura.

Inoltre, dopo aver rinnovato la Carta per le Pari Opportunità e l'Uguaglianza sul Lavoro e aver sottoscritto insieme al Gruppo ALDI SÜD, i **Women's Empowerment Principles (WEPs)**, quest'anno l'impegno di ALDI è proseguito per il **progetto Women@ALDI**, che ha previsto l'organizzazione di Focus Group periodici su tematiche relative alle donne. L'obiettivo di questi incontri è proporre ed implementare delle misure che rendano ALDI un datore di lavoro sempre più attento alla valorizzazione dei talenti femminili.



Comunicato stampa

All'interno di queste iniziative rientra, inoltre, il sostegno all'evento TEDxVerona Women (un'edizione speciale di TEDx dedicata alla parità di genere e all'empowerment femminile) e la maggior comunicazione interna ed esterna rispetto alla tematica della violenza contro le donne, al fine di contribuire ad un aumento generale di consapevolezza e sensibilità sul tema.

Michael Gscheidlinger, Country Managing Director Italia di ALDI, commenta: *“Sin dal nostro arrivo in Italia abbiamo avuto un’ambiziosa value proposition: diventare un punto di riferimento per la comunità e un ottimo vicino di casa nelle regioni in cui siamo presenti con i nostri punti vendita, offrendo non solo la garanzia di una spesa di qualità alla massima convenienza, ma anche servizi e infrastrutture all’insegna di una rigenerazione green del territorio. Accanto a queste importanti milestone, l’obiettivo da sempre è quello di attestarci come un datore di lavoro di valore nell’impatto occupazionale. Il 2024 ci ha permesso di raccogliere importanti consensi rispetto a questi obiettivi. Una direzione che intendiamo continuare a perseguire con fiducia anche nel 2025, affinché la qualità dell’Everyday Low Prices (EDLP)” di ALDI possa raggiungere sempre più consumatori”.*

EVERYDAY LOW PRICES: LA PROMESSA DI CONVENIENZA DEL PREZZO ALDI

In uno scenario macroeconomico impattato dagli effetti dell’inflazione, ALDI ha proseguito il patto di fiducia con i consumatori investendo molto nella riduzione dei prezzi per tutelare la spesa degli italiani. Attraverso una **marcata strategia dei prezzi “Everyday Low Prices”** e un assortimento espressione delle eccellenze del **Made in Italy**, l’azienda ha saputo offrire ogni giorno la migliore qualità all’insegna della convenienza del **PREZZO ALDI. Un impegno portato avanti per tutto il 2024** per sostenere le famiglie in difficoltà con una spesa conveniente che mette al primo posto la **sicurezza alimentare**.

L’assortimento proposto nei quasi 200 punti vendita e costituito da circa **2.000 referenze totali**, di cui **circa 130 di frutta e verdura e 30 marche private**, è garantito infatti da controlli di qualità estremamente accurati. Tre fasi di controllo qualità, circa **11.000 controlli**, di cui oltre **3.600 analisi di laboratorio** e **6.000 verifiche organolettiche** garantiscono la sicurezza e la qualità dei prodotti prima della messa in vendita e durante la loro permanenza a scaffale. Inoltre, grazie ad una metodologia di valutazione internazionale, caratterizzata da **standard di sicurezza alimentare certificati** e dal coinvolgimento diretto dei **fornitori** nonché di un **team interno dedicato di 10 collaboratori**, ALDI garantisce un assortimento virtuoso che valorizza una **produzione responsabile e rispettosa dell’ambiente**.

Un impegno che si riflette anche nel **continuo miglioramento della shopping experience** proposta negli store ALDI e appositamente sviluppata per il mercato italiano nell’intento di adeguarsi alle moderne esigenze dei clienti. L’ultimo anno ha visto, infatti, l’implementazione di una **comunicazione sempre più efficace e strategica in store** per rendere la spesa un’esperienza di acquisto sempre più efficiente, accompagnata anche da un **volantino digitale** e dal **nuovo volantino** che, nel 2024, è ritornato ad entrare nelle case degli italiani **in forma cartacea**, più ampio, per dare maggiore risalto ai prodotti, alle offerte e alla convenienza.

L’importanza della convenienza del PREZZO ALDI, la qualità dei prodotti, e la strategia dei prezzi è stata uno dei motori che hanno spinto ALDI a ritornare, nel 2024, in televisione e in radio con una comunicazione efficiente basata su una campagna pubblicitaria volta a presentare un’identità aziendale condensata attorno ai concetti di freschezza, italianità e, appunto, la convenienza del PREZZO ALDI.



Comunicato stampa

Anche nel 2024, la qualità offerta e l'attenzione al consumatore è stata oggetto di prestigiosi riconoscimenti, come testimonia il sigillo **"Discount preferito dai consumatori"** rilasciato per il quarto anno consecutivo da **Altroconsumo**. Nell'ambito di questa prestigiosa indagine ALDI è stata riconosciuta tra le insegne più apprezzate per la convenienza. Un successo confermato anche dagli awards internazionali **"European Private Label Awards 2024"** e **"PLMA Salute to Excellence Awards"**, e dal riconoscimento dei **Brands Award**.

RIGENERAZIONE GREEN: LO SVILUPPO TERRITORIALE DI ALDI

Il 2024 di ALDI è stato connotato da uno **sviluppo territoriale all'insegna della rigenerazione urbana e della sostenibilità**, che ha determinato la realizzazione di nuove filiali virtuose. Accanto al decisivo impulso occupazionale nelle regioni del Nord Italia, ALDI ha giocato un ruolo di primo piano anche in termini di **riqualificazione green** dei territori protagonisti delle nuove aperture. Sin dal 2018, lo store concept di ALDI ha conosciuto un'evoluzione costante nel tempo, passando da un iniziale format stand alone all'integrazione in strutture preesistenti che hanno contribuito ad accrescere il valore del territorio, senza prevedere nuovo consumo di suolo e offrendo al contempo nuovi servizi alla comunità.

Ne è un esempio concreto il punto vendita inaugurato all'interno dello **storico multisala Plinius di Milano**: un progetto ambizioso che rientra a pieno titolo nel piano di **valorizzazione urbana** di ALDI in Italia, con l'obiettivo di portare **valore alle comunità locali, recuperando spazi in ristrutturazione** e offrendo al contempo nuove opportunità lavorative. La locazione di una parte degli ambienti del cinema per la realizzazione della filiale ALDI è stato un segno tangibile di ascolto delle esigenze della comunità locale, nell'intento di offrire ai residenti un nuovo punto vendita conveniente e un cinema rimodernato con sale più confortevoli e tecnologicamente all'avanguardia.

L'attenzione alle esigenze della comunità locale è stata al centro anche della realizzazione degli store di **Monza**, dove è stata riqualificata un'area precedentemente adibita ad usi industriali, inutilizzata da anni, e arricchita da una nuova area green con 50 nuovi alberi; di **Bolzano**, frutto della riqualificazione edile e impiantistica di un immobile già esistente, destinato ad utilizzi commerciali; di **Abano Terme**, dove l'apertura del nuovo negozio ALDI è stata anche l'occasione per realizzare nuovi elementi di aggregazione e connessione all'interno del tessuto urbano nonché nuovi spazi pubblici verdi, così come per la filiale di **Desenzano del Garda**, realizzata in prossimità di un'area verde di 4.000 m², all'interno della quale sono state piantumate circa 40 nuove piante.

Il **recupero urbano e l'attenzione alla sostenibilità ambientale** sono stati protagonisti della realizzazione della **filiale green di Torino, in Via Borgaro**, frutto dell'opera di riqualificazione di un ex fabbricato costruito nel 1911 per il confezionamento di feltri e cartoni impermeabili, rimasto pesantemente danneggiato nel corso della Seconda Guerra Mondiale. Ricostruito nel 1946, l'edificio è stato utilizzato per diversi anni come carrozzeria e oggi ha lasciato spazio ad un nuovo punto vendita ALDI che ha generato **importanti opere di compensazione urbanistica**, come la realizzazione di nuovi parcheggi ad uso pubblico, nuove aiuole e nuovi attraversamenti pedonali per ipovedenti con pavimentazione tattile. **Fiore all'occhiello del punto vendita è la presenza di circa 430 m² di verde in copertura e circa 330 m² di verde verticale**, realizzato con l'obiettivo di contribuire al miglioramento della qualità ambientale e dell'aria nella zona.



Comunicato stampa

Tra le filiali virtuose del 2024 figurano inoltre quella di **Rimini**, in via Amati, in occasione della quale è stato realizzato un ampio piano di recupero urbano attraverso la riqualificazione di un'area dismessa e la realizzazione di un parcheggio bipiano a servizio della collettività, e quella di **San Giovanni Lupatoto**, inaugurata a fine anno, che per l'attenzione riservata all'energia green diventerà una filiale di riferimento per la Regione Veneto, grazie alla presenza di un **impianto fotovoltaico** e di **colonnine per la mobilità elettrica**.

Dal suo ingresso nel Belpaese, ALDI ha lavorato costantemente all'**efficienza energetica** dei propri punti vendita raggiungendo milestone significative: rispetto al 2018, infatti, **i consumi energetici si sono ridotti del 7%** e da allora sono stati prodotti **oltre 20,2 milioni di kWh di energia da fonte solare fotovoltaica**, con una riduzione di 10.758 tonnellate di anidride carbonica nell'ambiente. Il tutto coadiuvato dall'installazione di **121 impianti fotovoltaici** che hanno permesso, nel 2024, di produrre **4,7 milioni di kWh di energia green**, con una conseguente diminuzione delle emissioni di CO₂ pari a 2.504 tonnellate.

L'attenzione dell'azienda per la sostenibilità passa anche attraverso una **logistica efficiente e gestita in modo capillare**. ALDI è infatti impegnata costantemente nel miglioramento dei processi interni per efficientare il più possibile le consegne nei centri logistici, ottimizzando la catena di fornitura attraverso il ritiro della merce direttamente dal fornitore, sfruttando così la flotta di camion interna, impegnata nella distribuzione delle merci verso gli oltre 190 negozi. In particolare, nell'ultimo anno, ALDI ha concentrato l'attenzione sulla strutturazione di un piano viaggi automatizzato gestito da un **software di nuova adozione, basato sull'AI**, in grado di gestire l'intera flotta attiva in modo efficiente, sulla base delle commissioni da effettuare. Al contempo, l'azienda sta implementando **scaffalature verticali su tutti i magazzini**, al fine di massimizzare lo stoccaggio delle merci in altezza, aumentando la capacità logistica di entrambi i centri di distribuzione ed eliminando magazzini satelliti, con conseguente riduzione dei mezzi in movimento e relativa diminuzione delle emissioni di CO₂. Infine, tra i principali obiettivi perseguiti nel 2024 figura anche **la transizione dei mezzi che compongono la flotta dal gasolio tradizionale euro 6 al gasolio sostenibile HVO**, con conseguente riduzione dell'emissione di CO₂, fino al 90%.

ALDI PER LA COMUNITÀ AL FIANCO DELLA RICERCA SCIENTIFICA E DEI PIÙ FRAGILI

Sin dal suo arrivo in Italia, ALDI ha voluto rappresentare per la comunità locale un buon vicino di casa, contribuendo attivamente al benessere della società attraverso gli obiettivi di corporate responsibility che sono parte attiva del progetto **"Oggi per domani"**, l'iniziativa che mira a perseguire una crescita aziendale etica e responsabile a 360°.

Anche nel 2024, ALDI ha rinnovato il proprio supporto alla **Fondazione Banco Alimentare Onlus**, sia attraverso la costante donazione delle eccedenze alimentari dalla propria rete di vendita sia attraverso la **28ª Giornata Nazionale della Colletta Alimentare** a sostegno dei più fragili. A favore di questa iniziativa, ALDI ha donato dal 2018 oltre **1.372 tonnellate di prodotti** eccedenti attraverso le filiali, per un totale di quasi **3.2 milioni di pasti**.

Consapevole dell'importanza di una corretta alimentazione per la prevenzione, ALDI supporta da sempre la ricerca scientifica attraverso la partnership con **Fondazione AIRC** in occasione delle campagne annuali **"Arance Rosse per la Ricerca"** e **"Nastro Rosa AIRC"**, **donando oltre 237.000 euro dal 2018**.



Comunicato stampa

Inoltre, con l'obiettivo di promuovere attivamente corretti stili di vita tra le nuove generazioni, anche nel 2024 ALDI ha collaborato con **Fondazione Umberto Veronesi** per il progetto educativo "Io Vivo Sano", che ha visto il coinvolgimento di **1.900 studenti delle scuole primarie e secondarie di I e II grado**. Il contributo a questo progetto da parte dell'azienda avviene con una donazione pari ad €20.000,00 a sostegno della ricerca scientifica.

Accanto a questi progetti continuativi, dal 2024 l'azienda ha deciso di sostenere anche **l'associazione I bambini delle fate** che si occupa di attivare e finanziare progetti di inclusione sociale per bambini e ragazzi affetti da autismo e disabilità, e la **Fondazione "Più di un Sogno"** che favorisce una migliore qualità di vita alle persone con diverse disabilità attraverso laboratori creativi di cucina e giardinaggio.

A PROPOSITO DI ALDI

Dal 2018 ALDI è presente in Italia con una sede operativa a Verona, due centri di distribuzione - a Oppeano (VR) e Landriano (PV) - e una rete in espansione di punti vendita sul territorio nazionale. Fa parte del Gruppo ALDI SÜD, realtà di riferimento della Grande Distribuzione Organizzata a livello internazionale, presente con oltre 7.100 punti vendita in 11 Paesi e 4 continenti. Grazie ai suoi oltre 186.000 collaboratori in tutto il mondo, l'azienda offre ogni giorno un'accurata scelta di prodotti selezionati che uniscono qualità e convenienza e si impegna per garantire una produzione sostenibile e rispettosa dell'ambiente. Per ulteriori informazioni, visitare il sito ufficiale: www.aldi.it

Ufficio stampa ALDI

ufficio.stampa@aldi.it

Tel. 02.624119.11