

Aldi sceglie il modello every day low price e rinnova la disposizione dei negozi

Aldi Sud abbraccia in Italia e in ogni altro suo mercato di riferimento, dagli Usa alla Gran Bretagna, il modello di vendita every day low price (edlp) su tutto il suo assortimento. Offerta che è stata razionalizzata nei giorni scorsi, scendendo sui 2 mila prodotti da picchi precedenti sui 2.500-2.600, secondo quanto risulta a *ItaliaOggi*. In particolare, sono stati poco più di mille quelli che hanno visto un ribassamento del prezzo (operazione avviata a inizio 2026 e conclusasi lo scorso marzo). Non solo, a soli due mesi dall'arrivo del nuovo a.d. tricolore **Massimiliano Silvestri**, il discount tedesco ha rivisto la disposizione di quasi tutti i suoi negozi italiani portando in prima corsia le referenze che compongono, in media, la spesa base di una famiglia (come pasta e sughi). L'assortimento è composto all'85% dalla marca privata.

Il nuovo posizionamento commerciale è stato chiamato «Back to basics», riferendosi ai fondamentali del formato discount, incentrato storicamente sulla convenienza, adesso a prezzi bassi e costanti ogni giorno. Le promozioni temporanee resteranno ma concentrate solamente su prodotti stagionali o in fase di test prima di decidere se essere inseriti o meno stabilmente a scaffale.

Marco A. Capisani

— © Riproduzione riservata —



Ribassati quest'anno i prezzi
di mille prodotti su 2 mila

