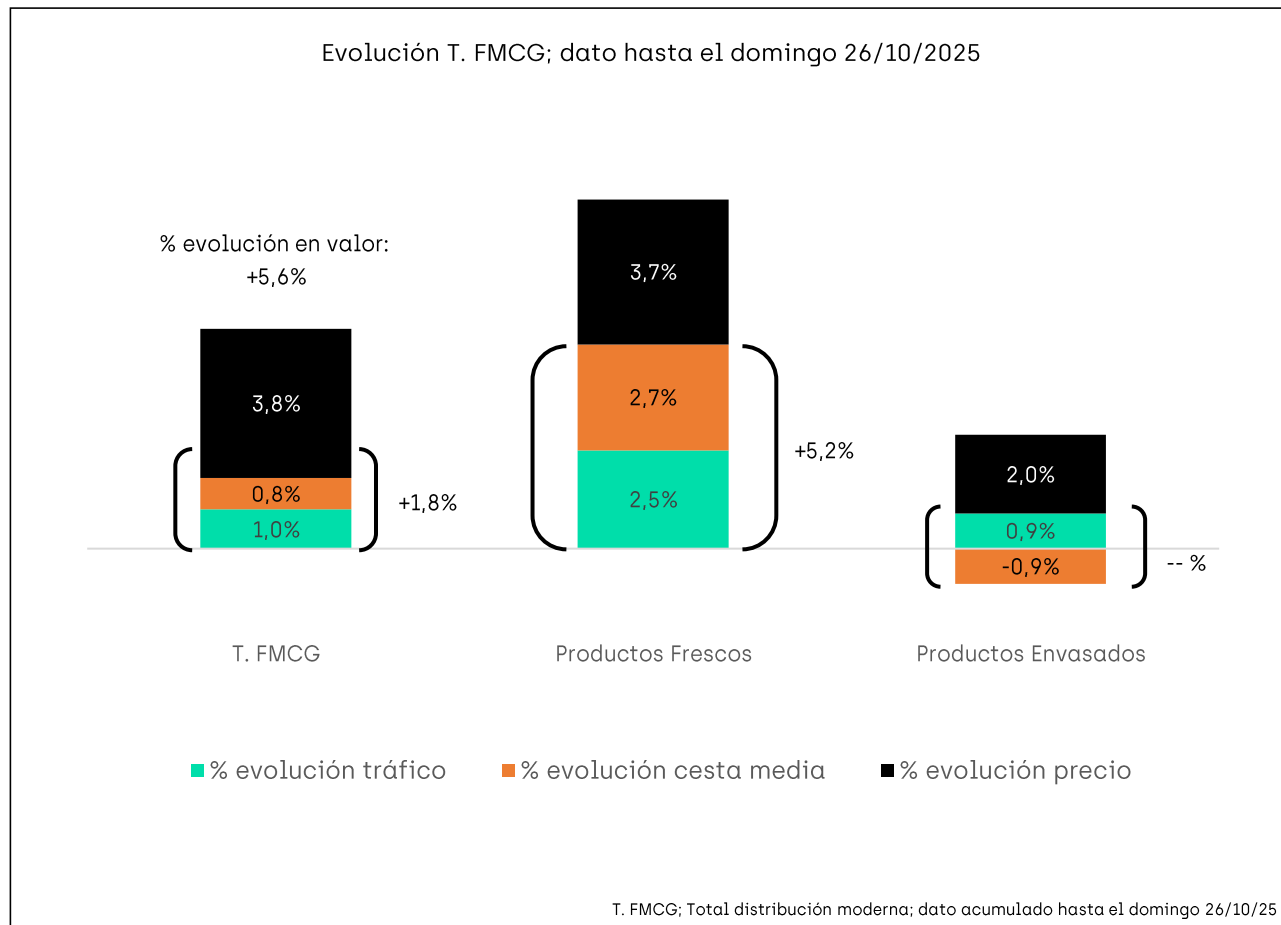




El panel de consumidores re-inventado

Acelerar el crecimiento en FMCG con la información más fresca y
más granular de 50,000 compradores en España

El sector crece
por encima del
+5% en valor,
impulsado por el
producto fresco



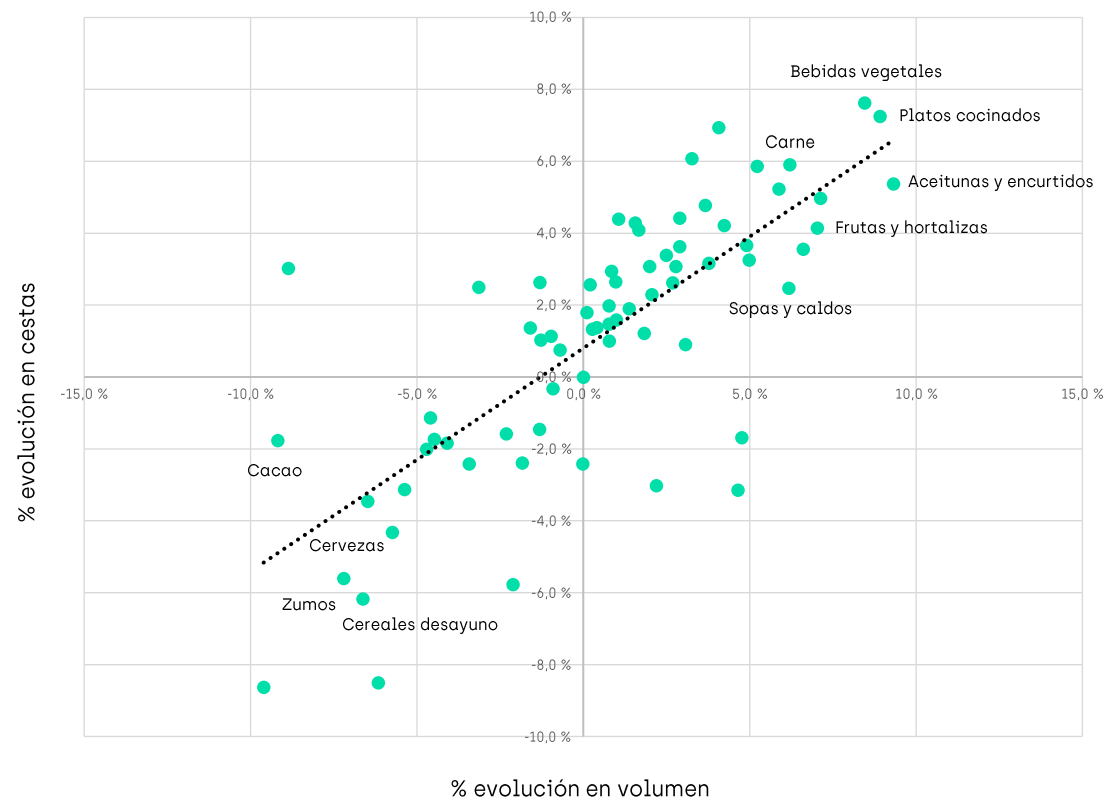
Todas las secciones crecen en volumen en el acumulado del año, a excepción de las bebidas

% evolución en volumen	Acumulado hasta semana 43 de 2025
------------------------	--------------------------------------

T. Alimentación y bebidas	- 0,2 %
Bebidas	- 0,8 %
Alimentación seca	+ 0,3 %
Leches y batidos	+ 0,3 %
Conservas	+ 3,5 %
Droguería y Perfumería	+ 0,8 %
T. Productos Frescos	+ 5,2 %

T. FMCG; Total distribución moderna; dato acumulado hasta el domingo 26/10/25

Evolución en volumen y cestas [tráfico] por categoría



T. FMCG; Total distribución moderna; dato acumulado hasta el domingo 26/10/25

Algori no es responsable del uso de los datos e informaciones de Algori por parte de terceros

Panorama de la distribución en el acumulado del año

Cuota de mercado (€) y diferencia respecto a 2024

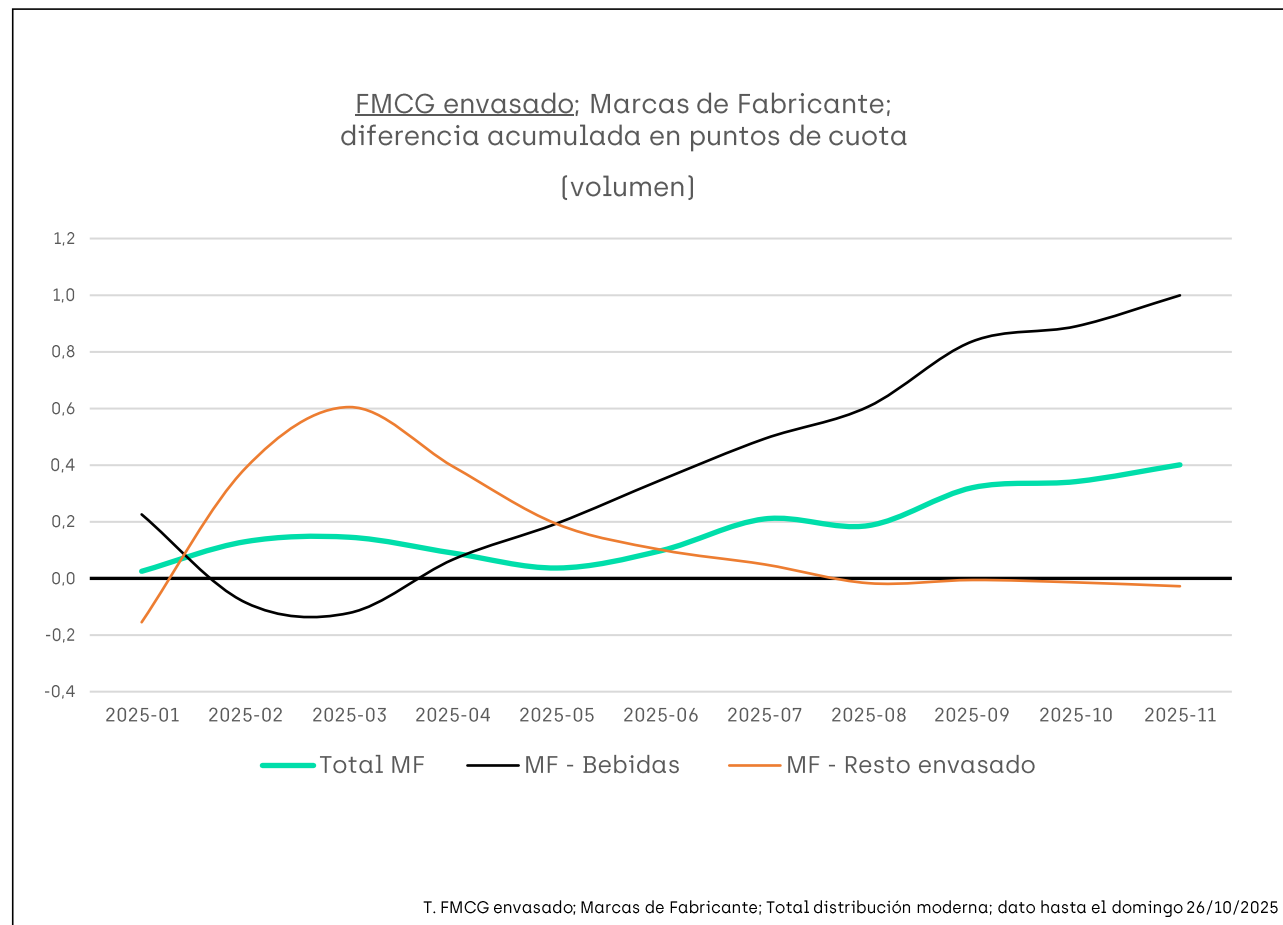
Acumulado hasta semana
43 de 2025

	Cuota mercado valor (€)	Diferencia pp cuota respecto año anterior
Mercadona	37,0%	0,9
Grupo Carrefour	12,3%	-0,2
Lidl	8,0%	0,5
Grupo Dia	4,7%	0,1
Grupo Consum	4,5%	0,0
Grupo Eroski	4,4%	-0,1
Grupo Alcampo	3,6%	-0,3
Aldi	2,5%	0,4
Grupo Bon Preu	2,4%	0,0
Ahorramas	2,3%	0,1
Grupo Gadis	1,7%	0,0
Lupa	1,1%	-0,1
Grupo El Corte Ingles	1,0%	-0,2
Dinosol	0,9%	0,0
Froiz	0,8%	0,0
Alimerka	0,8%	0,0
Resto Distribución Moderna	12,0%	-1,1

T. FMCG; Total distribución moderna; dato acumulado hasta el domingo 26/10/25

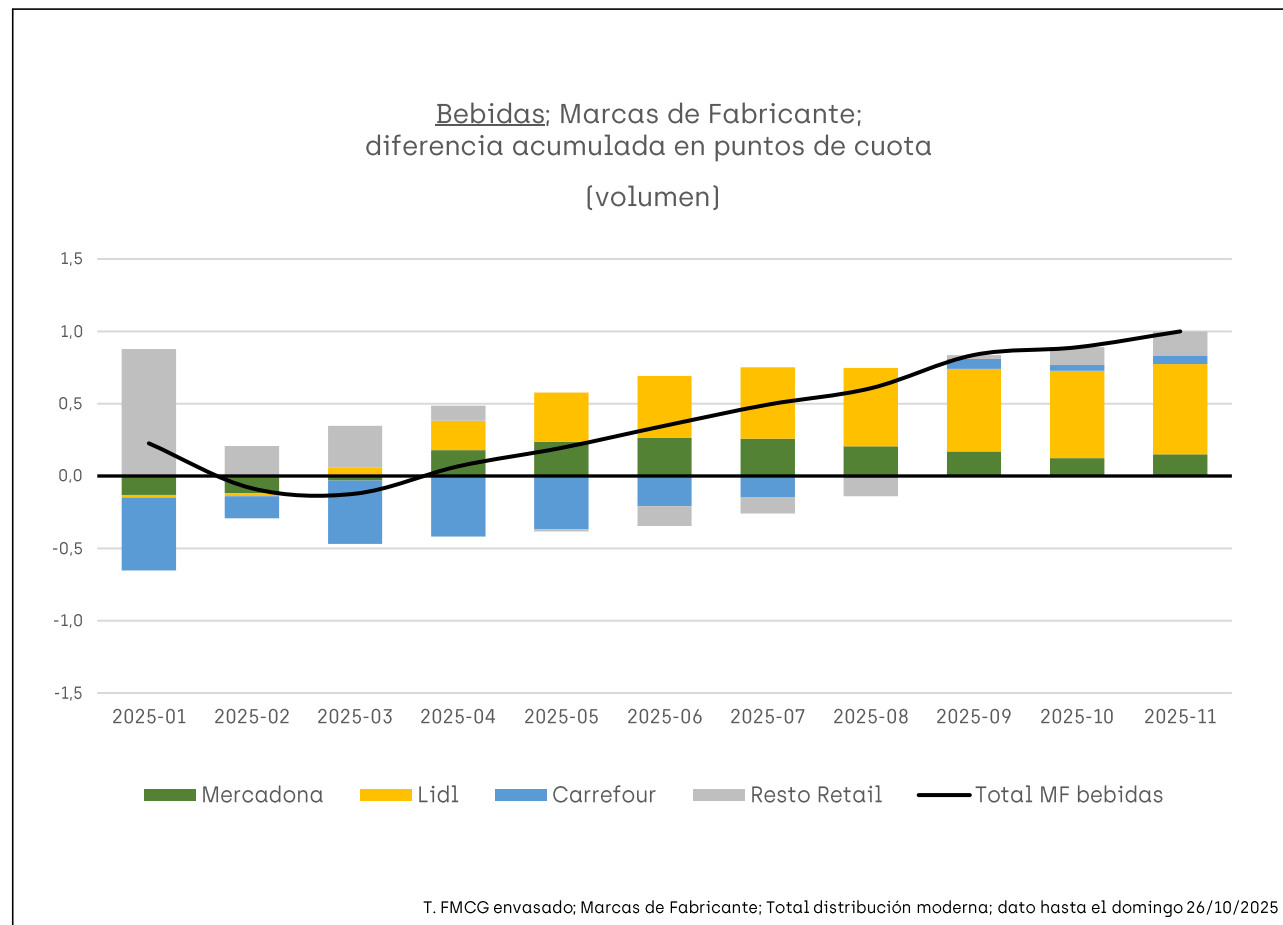
La marca de fabricante cerrará 2025 con crecimiento en cuota en volumen

- Dos momentos temporales para el crecimiento de las marcas fabricante:
 - Antes de junio'25: crecimiento en envasado sin bebidas
 - Después de junio'25: crecimiento en bebidas



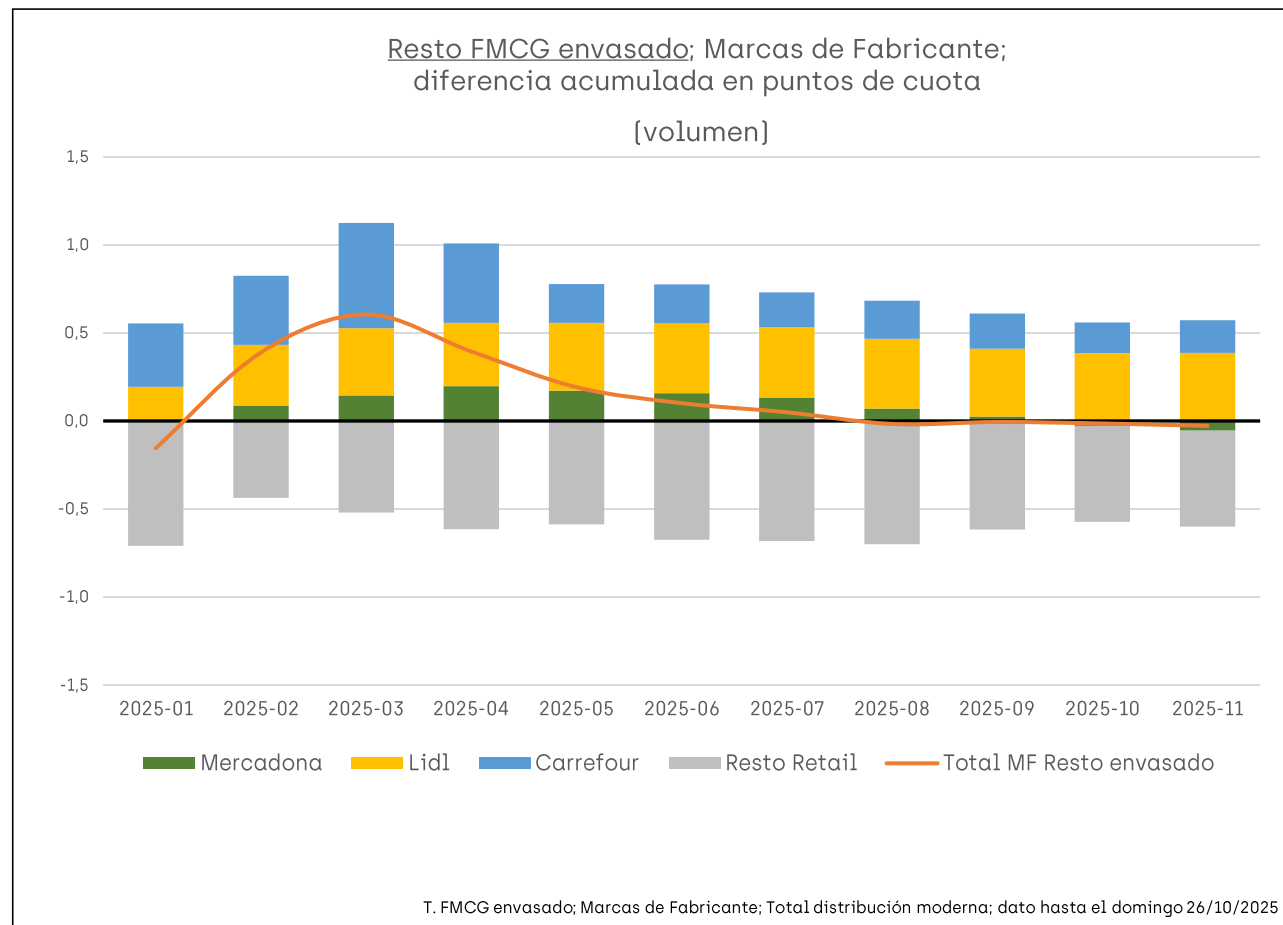
Marcas de fabricante en bebidas:

- Mercadona y Lidl impulsan las marcas de fabricante desde principios de mayo, con Carrefour contribuyendo en positivo las últimas 10 semanas



Marcas de fabricante en el resto de los productos envasados:

- Carrefour y Lidl sostienen a las marcas fabricante en el resto de productos envasados



Formatos más grandes y su impacto en el precio medio impulsan a las marcas fabricante este 2025

FMCG envasado

Marca Fabricante

Marca Distribución

% evolución cestas	+ 0,3 %	+ 2,0 %
% evolución volumen x cesta	+ 0,7 %	- 2,5 %
% evolución unidades x cesta	- 0,6 %	- 1,6 %
% evolución volumen x unidad	+ 1,2 %	- 1,0 %
% evolución precio medio	- 1,3 %	+ 4,6 %

T. FMCG envasado; Total distribución moderna; dato acumulado hasta el domingo 26/10/25



El panel de consumidores re-inventado

Acelerar el crecimiento en FMCG con la información más fresca y
más granular de 50,000 compradores en España