

**ALGORI®**

# El panel de consumidores re-inventado

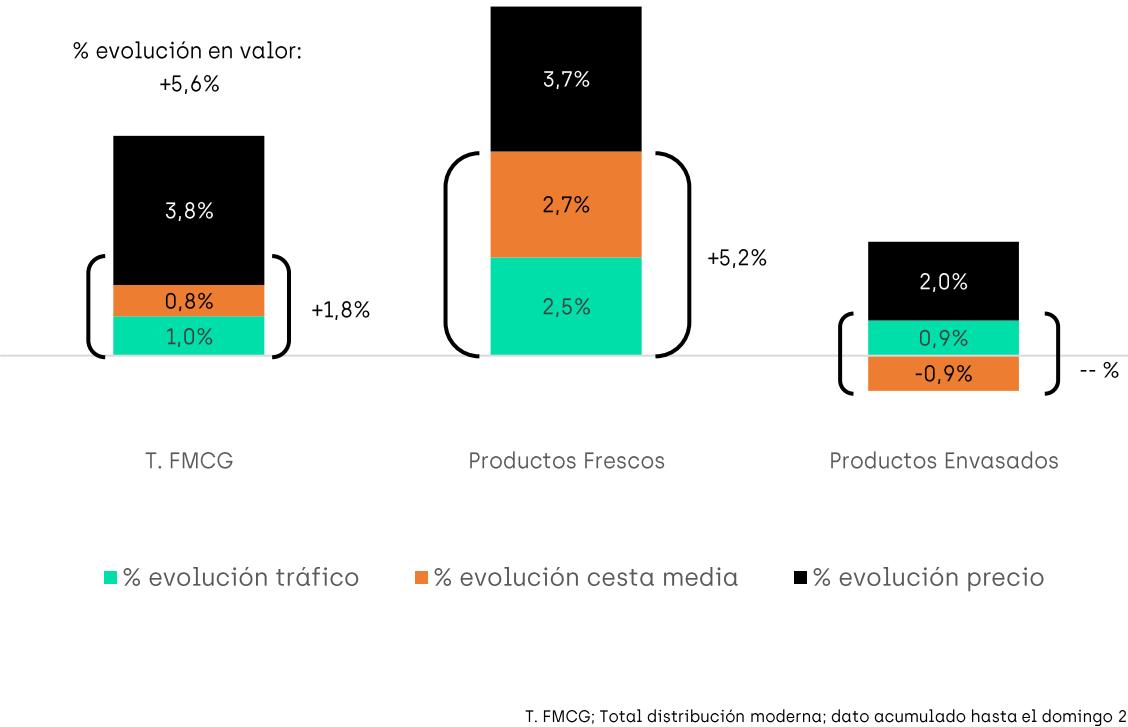
Acelerar el crecimiento en FMCG con la información más fresca y  
más granular de 50,000 compradores en España

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

Evolución T. FMCG; dato hasta el domingo 26/10/2025

% evolución en valor:

+5,6%



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

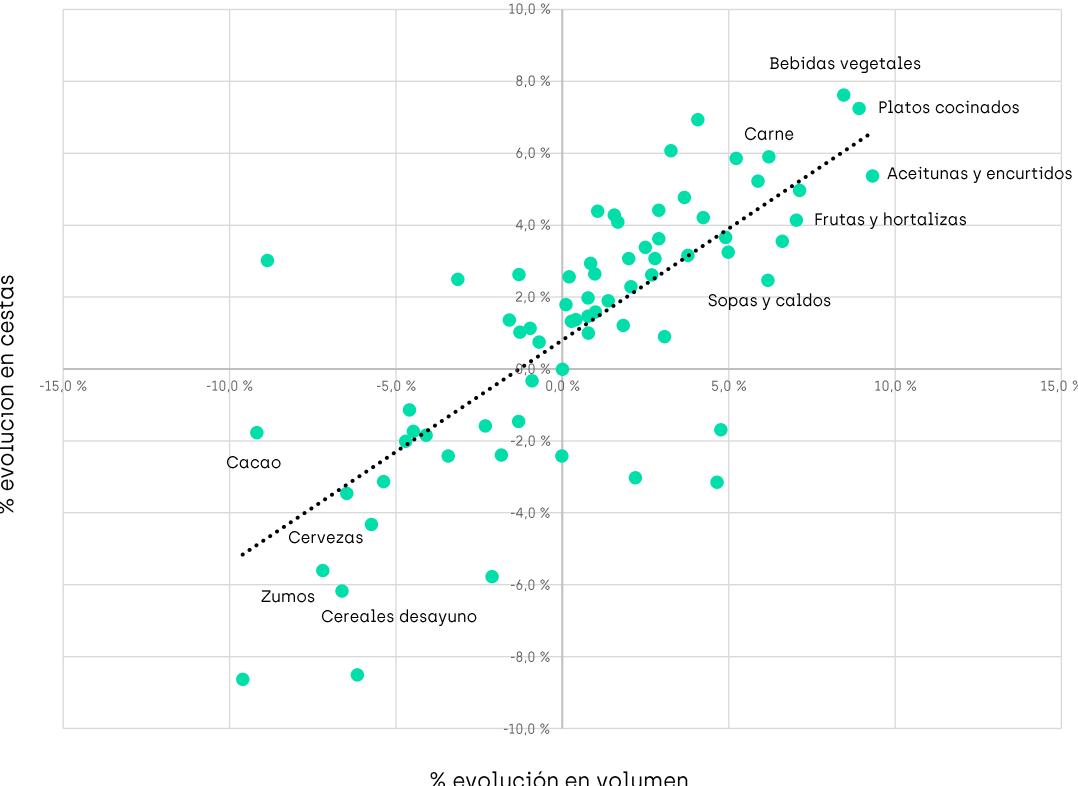
% evolución en volumen

Acumulado hasta semana  
43 de 2025

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

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

# Panorama de la distribución en el acumulado del año

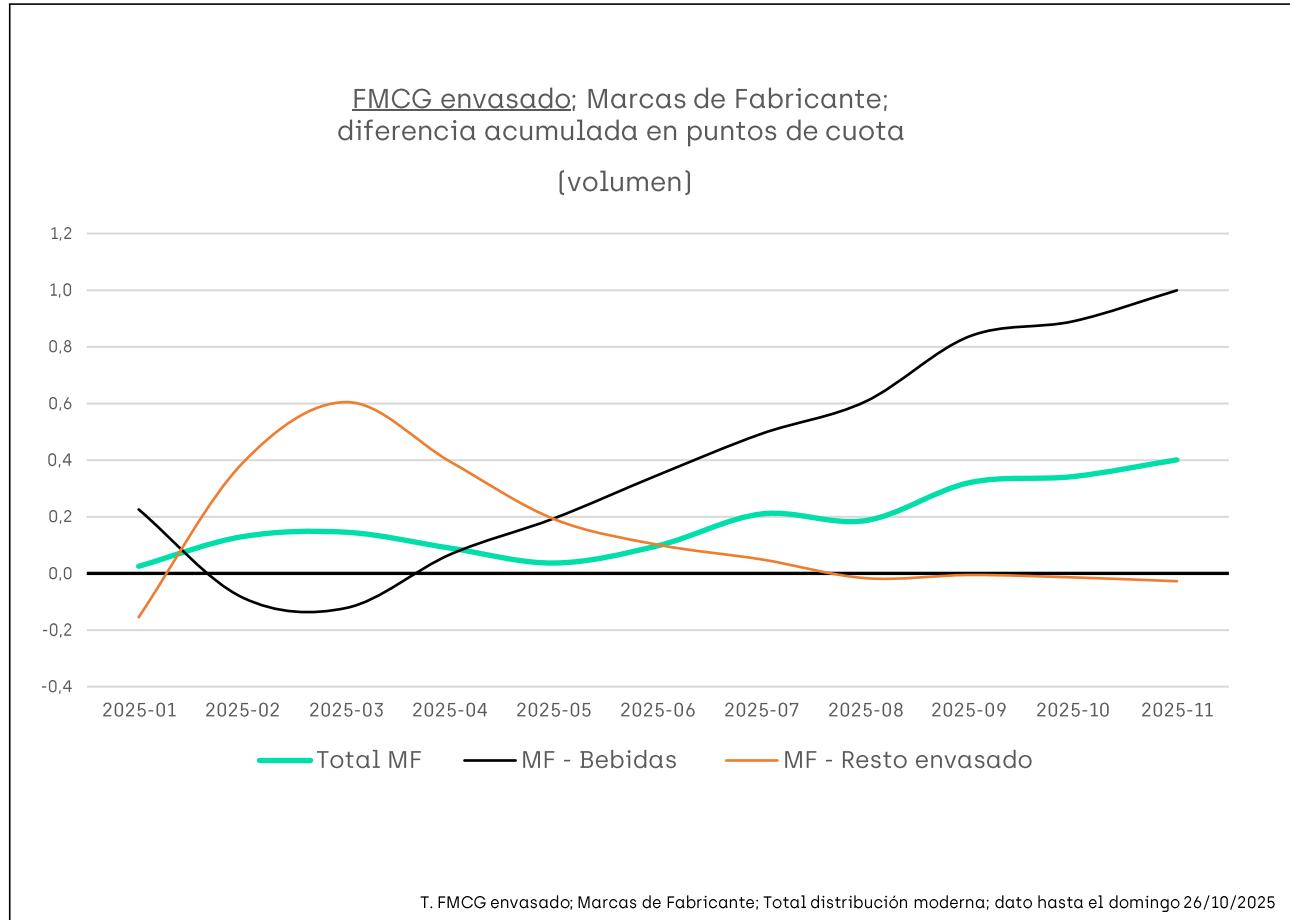
Cuota de mercado [€] y diferencia respecto a 2024

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

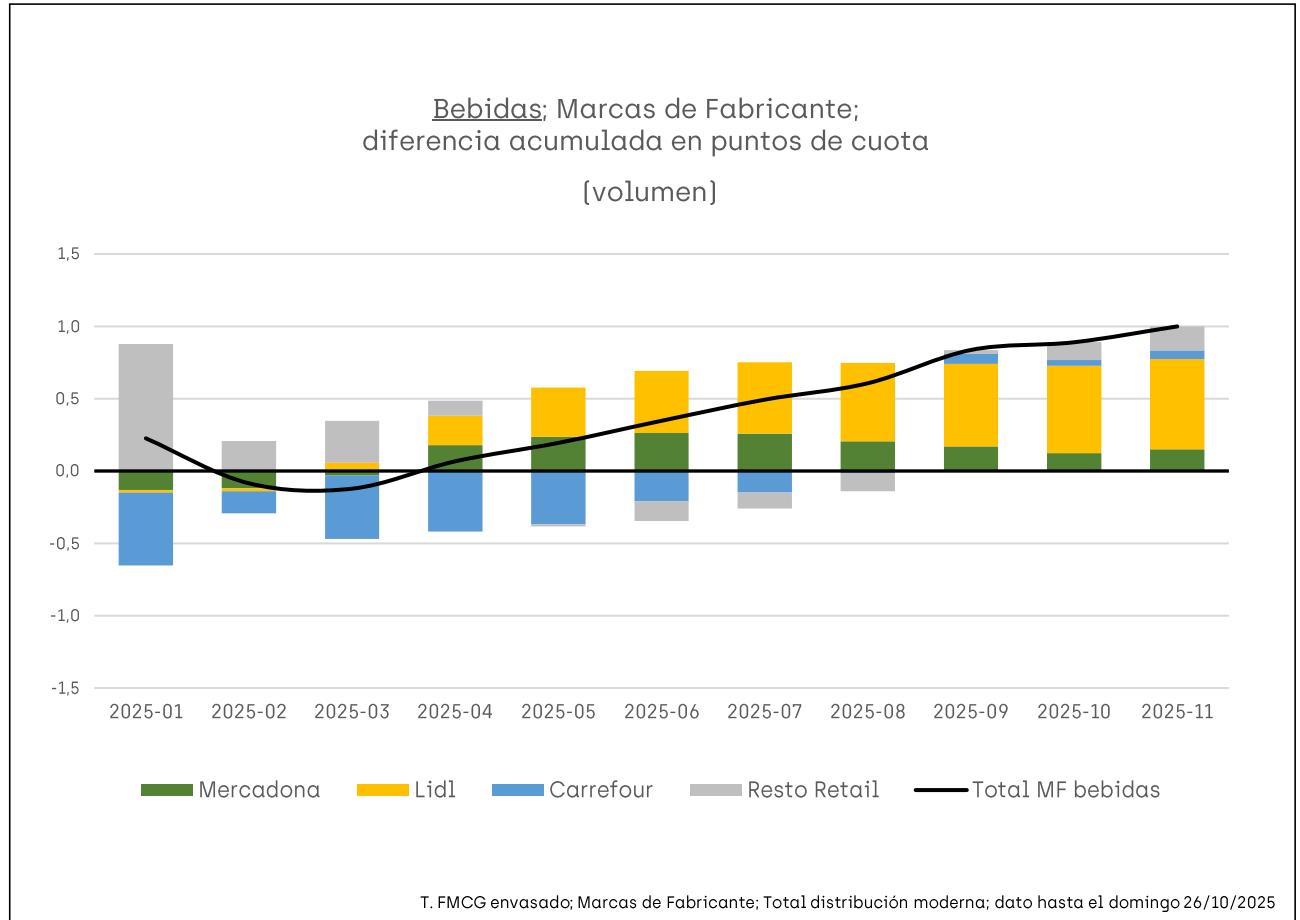
# La marca de fabricante cerrará 2025 con crecimiento en cuota en volumen

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



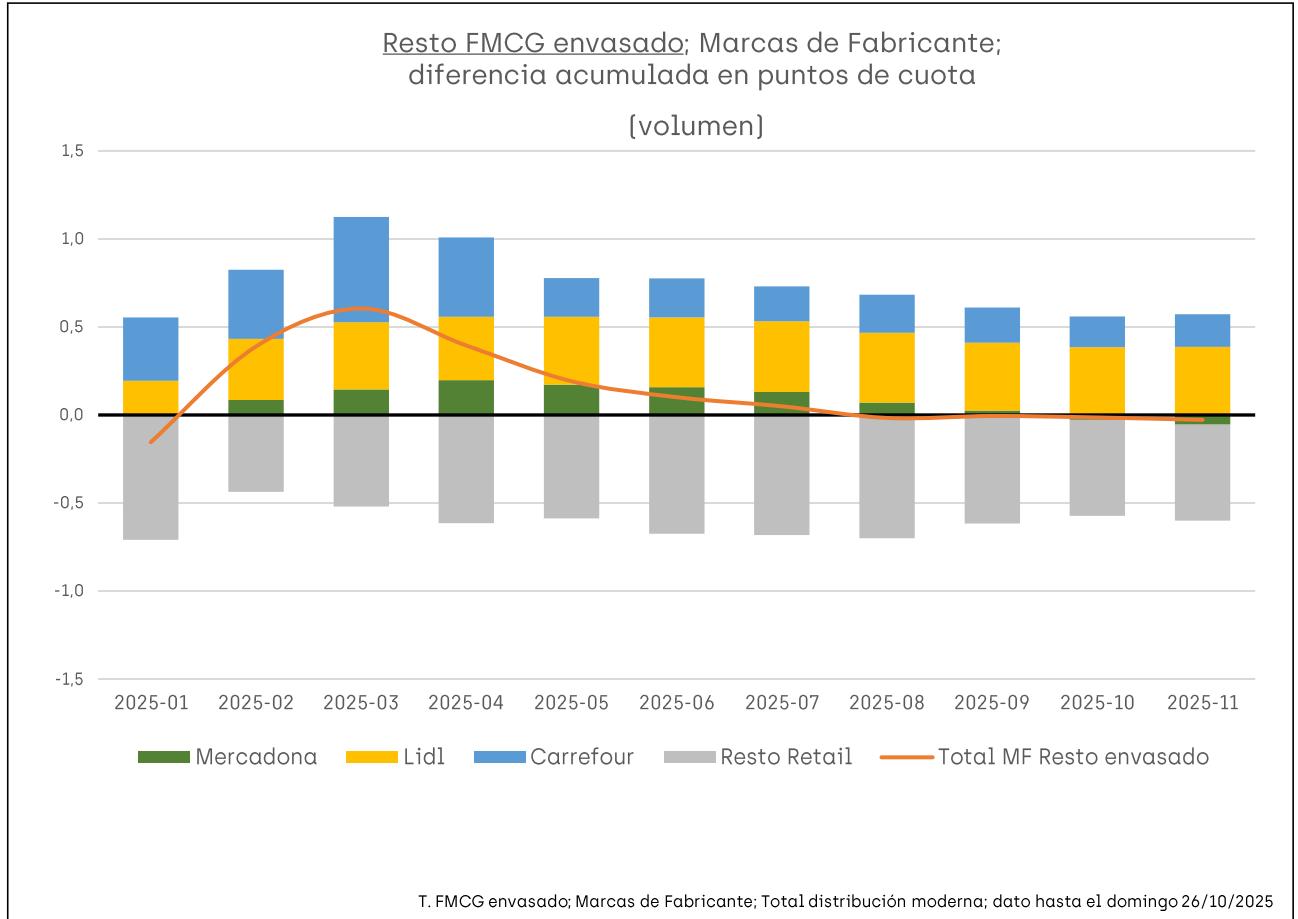
# Marcas de fabricante en bebidas:

- 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

**ALGORI®**

# 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