



**LE CHOIX
MALIN**

ALDI Holding

Keerstraat 4,
9420 Erpe-Mere

Tel.: +32(0)53.827.940

media@aldi.be

www.aldi.be

Communiqué de presse

ALDI gagne un Effie Award grâce à « Gaston Le Chicon », son héros des fêtes

7 octobre 2022 – **ALDI a obtenu un Effie Award de bronze hier soir. Le discounter a été récompensé grâce à « Gaston le Chicon », son héros central de la campagne de fin d'année. L'adorable légume fait son apparition depuis l'année dernière. C'est la deuxième fois en à peine trois ans qu'une campagne d'ALDI est récompensée par un Effie Award.**

Les Effie Awards sont les principaux prix publicitaires en Belgique. Le jury, composé d'annonceurs, d'agences de publicité, d'universitaires et de spécialistes des études de marché, récompense chaque année les campagnes publicitaires qui ont le plus prouvé leur efficacité et leur impact en termes de stratégie, de création et de résultats.

Désormais, ALDI a également reçu un Effie Award de bronze pour sa campagne de fin d'année Gaston le Chicon. Cette campagne a été développée en collaboration avec l'agence principale Serviceplan, soutenue par De Machine, Divide, Pivott, Publicis, BOA, Mediaplus et Plan.Net. Ainsi, Gaston le Chicon a pris vie à la fois en ligne et hors ligne sur les différents canaux d'ALDI et dans des médias externes.

C'est le deuxième Effie pour ALDI, puisque la campagne « Les produits ALDI sont autant appréciés que les grandes marques. Mais moins chers. » avait remporté un Effie Award de bronze en 2019.

Un coup de pouce aux consommateurs

Gaston le Chicon était le nouveau héros central de la campagne de fin d'année 2021 d'ALDI. Le personnage mettait en avant la gamme de fin d'année du discounter, de haute qualité et abordable, et donnait un coup de pouce aux consommateurs pendant la période des fêtes. Ce n'est pas un hasard si le choix s'est porté sur le chicon, un légume belge qui se porte traditionnellement bien pendant les fêtes.

Gaston le Chicon a été un coup dans le mille. Grâce à la figurine sous forme de chicon, la campagne de fin d'année est devenue reconnaissable pour les consommateurs et, surtout, distinctive. Une étude indépendante montre que la campagne de fin d'année 2021 d'ALDI a obtenu des résultats nettement supérieurs à ceux de la campagne de fin d'année 2020 en ce qui concerne l'appréciation des clients, le caractère distinctif et la mémorisation de la campagne.

« Nous sommes très fiers d'avoir obtenu cet Effie », déclare Isabel Henderick, Managing Director Marketing & Communication chez ALDI. « Les résultats montrent que notre campagne de marketing a permis aux consommateurs belges de trouver plus facilement le chemin vers ALDI pendant la période de fin d'année. Gaston le



**LE CHOIX
MALIN**

Chicon est donc la personnification parfaite de ce que représente ALDI pendant la période des fêtes : une fin d'année chic et pas chère. »

Matériel visuel correspondant accessible par le biais de ce lien : <https://mft2.aldi-nord.de/download.xhtml?id=2e7030729b354245b6a24bd579aa72c9>

Mot de passe: awards

Non destiné à la publication :

Pour plus d'informations, veuillez contacter :

Jason Sevestre

Porte-parole

Tél. : + 32 (0)53 827 188

E-mail : media@aldi.be

À propos d'ALDI Belgique :

ALDI est le leader du discount en Belgique. Avec 440 magasins à travers le pays, gérés par 7 centrales régionales, ALDI Belgique touche plus de 80 pour cent de la population belge. Plus de 7 900 collaborateurs forment le cœur de ce groupe de sociétés en pleine croissance.

ALDI Nord est un des groupes de commerce de détail les plus importants sur le plan international. Le discounter s'engage à offrir des produits d'une qualité supérieure à bas prix. La clé du succès de ce groupe réside dans son effectif total de plus de 77 000 collaborateurs en Allemagne, en Belgique, au Danemark, en France, au Luxembourg, aux Pays-Bas, en Pologne, au Portugal et en Espagne.

Plus d'informations sur <https://www.aldi.be/fr/>