



**LE CHOIX
MALIN**

Communiqué de presse

Dépliant ALDI désormais consultable par le biais de brique de lait

Erpe-Mere, le 18 août 2022 – **Le dépliant ALDI sera désormais consultable par le biais d'un code QR sur les briques de lait de Milsa, la marque propre d'ALDI. Ainsi, le discounter veut augmenter l'accessibilité au dépliant numérique en tant qu'alternative au dépliant papier. ALDI est le premier détaillant belge qui utilise les emballages de ses produits à cette fin.**

Le discounter ALDI innove les briques de lait de sa marque propre Milsa. En scannant le code QR sur le côté de la brique du lait entier, demi-entier et maigre, le consommateur accède directement à la version numérique du dépliant ALDI bien connu.

Cette innovation peut signifier la percée finale du dépliant numérique. Bien qu'il existe déjà depuis des années, seule une minorité des Belges trouve le chemin vers le dépliant numérique. « Actuellement, la portée de notre dépliant numérique n'atteint qu'environ 10 % de la portée de notre dépliant papier », explique Isabel Henderick, Managing Director Marketing & Communication chez ALDI Belgique. « Le potentiel est cependant grand. Dès que les consommateurs trouvent le chemin vers le dépliant en ligne, il est parcouru pendant 3 à 4 minutes en moyenne. C'est nettement plus élevé que la référence. »

Les études de marché montrent que les Belges trouvent les dépliants numériques difficiles d'accès. « En intégrant un code QR sur nos briques de lait, qui donne directement accès à notre dépliant en ligne, nous voulons réduire le seuil et encourager les consommateurs à lire le dépliant davantage par voie numérique », poursuit Henderick.

Dépliant à portée de main

ALDI n'a pas choisi les briques de lait par hasard. Le lait est indispensable à différents moments de la journée : petit déjeuner, pause-café, quatre-heures des enfants, en cuisine, etc. De plus, ALDI est une référence absolue pour le lait. Près de *1 litre de lait sur 4** vendu en Belgique provient d'un magasin ALDI. Grâce au code QR sur la brique de lait Milsa, le consommateur a toujours le dépliant ALDI à portée de main.

Car le consommateur belge et son dépliant publicitaire, c'est un couple parfait. Pour plus de 7 Belges sur 10, le dépliant publicitaire est un rendez-vous hebdomadaire habituel. La comparaison des prix (49 %), la recherche de promotions (44 %) et la planification des achats hebdomadaires (35 %) sont les raisons les plus importantes pour parcourir un dépliant publicitaire. En bref, une étude menée par le bureau d'étude iVOX sur requête d'ALDI montre que les dépliants publicitaires aident à protéger le pouvoir d'achat.

ALDI Holding

Keerstraat 4,
9420 Erpe-Mere

Tel.: +32(0)53.827.940

media@aldi.be

www.aldi.be



**LE CHOIX
MALIN**

Défis

ALDI estime que le dépliant publicitaire a de l'avenir. « Les dépliants publicitaires restent toujours le canal de communication le plus important avec le consommateur », explique Henderick. « Nous constatons que nos clients le considèrent comment un rendez-vous hebdomadaire apprécié. Cela se traduit en le prix *Meilleur folder de l'année*, qu'ALDI a remporté pour la troisième année consécutive. »

Cependant, le dépliant publicitaire papier est confronté à de grands défis. Les frais d'impression et de distribution ainsi que les taxes municipales ont fortement augmenté ces dernières années. « En tant que discounter, il est absolument normal que nous réfléchissions en permanence à des manières pour réduire les coûts et pour garantir ainsi des prix aussi bas que possible pour nos clients », explique Henderick.

Phase pilote

ALDI est le premier détaillant en Belgique qui utilise les emballages de ses produits pour encourager le consommateur à consulter le dépliant numérique. « Ce que l'avenir nous réserve est encore incertain pour nous aussi », conclut Henderick. « Nous donnons à ce projet toutes les chances et tout le temps nécessaires pour l'évaluer en profondeur par la suite. » Actuellement, le dépliant papier ALDI continuera d'exister.

Vidéos et images par ce lien : <https://we.tl/t-YIT5ih4uTy>

Non destiné à la publication :

Pour plus d'informations, veuillez contacter :

Jason Sevestre

Manager External Communication

GSM : + 32 (0)494 58 39 00

E-mail : media@aldi.be

Dieter Snoeck

Director Internal & External Communication

Tél : + 32 (0)53 827 940

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, 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/>

À propos de l'enquête iVOX : Enquête en ligne réalisée par le bureau d'études iVOX sur commande d'ALDI entre le 4 et le 11 juillet 2022 auprès de 1 000 Belges, représentatifs sur le plan du genre, de la langue, de l'âge et du diplôme. La marge d'erreur maximale pour 1 000 Belges est de 3,02%.

*This calculation is based on data reported by NielsenIQ through its Retail Measurement Service for the Milk category for the 12- month period ending July 17th, 2022 for the Belgium total retail market (Copyright © 2022, NielsenIQ)