Persbericht

ALTIJD SLIM

ALDI Holding

Keerstraat 4,
9420 Erpe-Mere

Tel.: +32(0)53.827.940

media@aldi.be

www.aldi.be

ALDI wint Effie Award met eindejaarsheld ‘Willie Witloof’

7 oktober 2022 – **ALDI mocht gisterenavond een bronzen Effie Award in ontvangst nemen. De discounter viel in de prijzen dankzij ‘Willie Witloof’, de centrale held van ALDI’s eindejaarscampagne. Sinds vorig jaar maakt de sympathieke groente zijn opwachting. Het is de tweede keer in amper drie jaar tijd dat een campagne van ALDI bekroond wordt met een Effie Award.**

De Effie Awards zijn dé toonaangevende reclameprijzen in België. De jury, bestaande uit adverteerders, reclameagentschappen, academici en marktonderzoekers, beloont jaarlijks de reclamecampagnes die het meeste hun effectiviteit en impact hebben bewezen op het vlak van strategie, creatie en resultaten.

ALDI mocht nu ook een bronzen Effie Award in de wacht slepen met zijn Willie Witloof-eindejaarscampagne. Deze campagne werd ontwikkeld in samenwerking met lead agency Serviceplan, ondersteund door De Machine, Divide, Pivott, Publicis, BOA, Mediaplus en Plan.Net. Willie Witloof werd daarbij zowel online als offline tot leven gebracht doorheen de verschillende kanalen van ALDI en in externe media.

Het is de tweede Effie voor ALDI nadat de campagne ‘ALDI-producten zijn even goed als A-merken. Alleen goedkoper’ in 2019 een bronzen Effie Award won.

Helpende hand voor de consument

Willie Witloof was de nieuwe centrale held van ALDI’s opvallende eindejaarscampagne in 2021. Het personage zette het kwaliteitsvolle en betaalbare eindejaarsassortiment van de discounter in de verf en was de helpende hand voor de consument tijdens de feestdagen. Niet toevallig werd gekozen voor witloof, een Belgische groente die het traditioneel goed doet tijdens de feestdagen.

Willie Witloof was een schot in de roos. Het witlooffiguurtje zorgde voor een herkenbare en vooral onderscheidende eindejaarscampagne voor consumenten. Uit onafhankelijk onderzoek blijkt dat ALDI’s eindejaarscampagne van 2021 merkbaar hogere resultaten behaalde op het vlak van waardering van de klant, onderscheidend vermogen en herinnering aan de campagne dan de eindejaarscampagne van 2020.

“We zijn heel fier op deze Effie”, zegt Isabel Henderick, Managing Director Marketing & Communication bij ALDI. “De resultaten tonen aan dat onze marketingcampagne ervoor gezorgd heeft dat Belgische consumenten tijdens het eindejaar makkelijker hun weg vonden naar ALDI. Willie Witloof is dan ook de perfecte verpersoonlijking van waar ALDI voor staat tijdens de feestperiode: een heerlijk en betaalbaar eindejaar.”

***

Bijhorend beeldmateriaal via deze link: https://mft2.aldi-nord.de/download.xhtml?id=2e7030729b354245b6a24bd579aa72c9

Wachtwoord: awards

Niet voor publicatie:

Voor meer info kan u terecht bij:

Jason Sevestre
Woordvoerder
GSM: + 32 (0)494 58 39 00
Mail: media@aldi.be

Over ALDI België:

ALDI is de leidende discounter in België. Met 440 winkels over het hele land, beheerd door 7 regionale hoofdkantoren, bereikt ALDI België meer dan 80 procent van de Belgische bevolking. Ruim 7.900 medewerkers vormen het kloppende hart van deze groeiende groep bedrijven.

ALDI Nord is één van de toonaangevende internationale retailgroepen. De discounter focust op producten van hoge kwaliteit tegen een lage prijs. De sleutel tot het succes van de groep is het personeelsbestand dat meer dan 77.000 medewerkers telt in Duitsland, België, Denemarken, Frankrijk, Luxemburg, Nederland, Polen, Portugal en Spanje.

Meer info op https://www.aldi.be/nl/