



ALTIJD SLIM

Persbericht

ALDI-folder voortaan te lezen via melkbrik

Erpe-Mere, 18 augustus 2022 – **De ALDI-folder zal voortaan digitaal raadpleegbaar zijn via een QR-code op de melkbrikken van het ALDI-huismerk Milsa. Op die manier wil de discounter de toegankelijkheid tot de digitale reclamefolder vergroten als alternatief voor de papieren folder. ALDI is de eerste Belgische retailer die zijn productverpakkingen inzet voor dit doel.**

Discounter ALDI innoveert met de melkbrikken van zijn huismerk Milsa. Een QR-code op de zijkant van het brik volle, halfvolle en magere melk leidt de consument rechtstreeks naar de digitale versie van de welbekende ALDI-folder.

Deze innovatie kan de definitieve doorbraak betekenen voor de digitale folder. Hoewel die al jaren bestaat, vindt slechts een minderheid van de Belgen de weg naar de digitale folder. “Momenteel strandt het bereik van onze digitale folder op ca. 10% van het bereik van onze papieren folder”, zegt Isabel Henderick, Managing Director Marketing & Communication bij ALDI België. “Het potentieel is echter groot. Zodra consumenten de weg vinden naar de online folder, wordt die gemiddeld 3 à 4 minuten doorbladerd per sessie. Dat is flink boven de benchmark .”

Uit marktonderzoek blijkt dat de Belg digitale folders maar moeilijk toegankelijk vindt. “Door een QR-code te integreren op onze melkbrikken, die onmiddellijk doorlinkt naar onze online folder, willen we die drempel verlagen en consumenten stimuleren de folder meer digitaal te lezen”, vervolgt Henderick.

Folder binnen handbereik

ALDI koos niet toevallig voor melkbrikken. Melk is op verschillende momenten van de dag onmisbaar: ontbijt, koffiepauze, vieruurtje van de kinderen, tijdens het koken ... Bovendien is ALDI een absolute referentie voor melk. Bijna *1 op de 4 liter melk** die in België verkocht wordt, komt uit een ALDI-winkel. Met een QR-code op de Milsa-melkbrik heeft de consument de ALDI-folder steeds binnen handbereik.

Want de Belgische consument en zijn reclamefolder: het blijft *a match made in heaven*. Voor meer dan 7 op de 10 Belgen is de reclamefolder een vaste wekelijkse afspraak. Prijzen vergelijken (49%), opsnorren van promoties (44%) en de wekelijkse boodschappen inplannen (35%) zijn de belangrijkste redenen om een reclamefolder te doorbladeren. Reclamefolders bieden kortom een hulpmiddel om de koopkracht te beschermen, blijkt uit een onderzoek van onderzoeksbureau iVOX in opdracht van ALDI.

Uitdagingen

Volgens ALDI heeft de reclamefolder wel degelijk een toekomst. “Reclamefolders zijn nog steeds het belangrijkste communicatiekanaal met de consument”, zegt Henderick.

ALDI Holding

Keerstraat 4,
9420 Erpe-Mere

Tel.: +32(0)53.827.940

media@aldi.be

www.aldi.be



ALTIJD SLIM

“We merken dat onze klanten het beschouwen als een geliefde wekelijkse afspraak. Dat vertaalt zich voor ALDI in de titel *Beste Folder van het Jaar*, nu al drie jaar op rij.”

Al staat de papieren reclamefolder voor grote uitdagingen. De kosten voor zowel drukwerk, gemeentetaksen als bedeling zijn de laatste jaren fors toegenomen. “Als discounter is het niet meer dan normaal dat we constant nadenken over manieren om de kosten te drukken en zo lage prijzen te garanderen voor onze klanten”, zegt Henderick.

Testfase

ALDI is de eerste retailer in België die zo zijn productverpakkingen betreft in een poging om de consument te leiden naar de digitale folder. “Wat de toekomst brengt, is ook voor ons nog onzeker”, besluit Henderick. “We geven dit project alle kansen en tijd om het nadien grondig te evalueren”. Momenteel blijft de papieren ALDI-folder wel degelijk bestaan.

Video- en fotomateriaal via de volgende link: <https://we.tl/t-IPFUOXIW6M>

Niet voor publicatie:

Voor meer info kan u terecht bij:

Jason Sevestre

Manager External Communication
GSM: + 32 (0)494 58 39 00
Mail: media@aldi.be

Dieter Snoeck

Director Internal & External Communication
Tel: + 32 (0)53 827 940
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/>

Over iVOX-enquête: Online onderzoek uitgevoerd door onderzoeksbureau iVOX in opdracht van ALDI tussen 4 en 11 juli 2022 bij 1.000 Belgen, representatief op geslacht, taal, leeftijd en diploma. De maximale foutenmarge bij 1.000 Belgen bedraagt 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)