



Remise par l'ACCE (Association des Agences Conseil en Communication pour l'Emploi) ce vendredi 28 janvier 2022, cette récompense met en lumière, chaque année depuis 14 ans, l'audace et la créativité des entreprises et des agences conseil qui les accompagnent sur des sujets de communication interne et ressources humaines. Cette année, et pour la première fois, ALDI France s'est vu décerné la première place de la catégorie "Informations auprès des collaborateurs" aux côtés de son agence conseil en communication interne, Okó.



Villepinte, le 28 février 2022 - ALDI est l'inventeur du discount avec une présence de plus de 30 ans sur le territoire. L'enseigne souhaite continuer à se rapprocher des Français pour être à 15 minutes de chez eux, où qu'ils soient. Cette proximité, l'enseigne tient aussi à la déployer auprès de ses collaborateurs en développant, depuis 2020, sa communication interne. Un challenge d'autant plus significatif depuis l'intégration, en moins d'un an, de 6 000 nouveaux collaborateurs suite à l'acquisition de plus de 500 magasins et 3 entrepôts Leader Price au Groupe Casino. Une occasion unique de fédérer l'ensemble des équipes et de les valoriser où qu'elles soient : au sein des 1 300 magasins, des 16 entrepôts, des 13 sociétés régionales ou encore des services centraux basés à Villepinte et qui composent aujourd'hui ALDI en France.

Recrutement, engagement des collaborateurs, marque employeur ou encore qualité de vie au travail, sont autant de sujets d'actualité qui mobilisent les Ressources Humaines et la Communication. Ainsi, c'est près de 100 projets qui sont présentés chaque année devant le jury de l'ACCE. Un jury composé de directeurs des ressources humaines, de la communication et d'étudiants en Master RH et communication qui a décidé de valoriser le travail mené par les équipes de la communication interne d'ALDI France : « *Ce prix nous honore particulièrement car, il y a un an et demi, il n'existait pas à proprement parler de communication interne au sein d'ALDI. Nous sommes partis d'une page blanche au sein d'une société qui avait une culture très forte et qui ne demandait qu'à être révélée. Le travail de l'équipe de communication Interne et d'Okó que nous remercions chaleureusement, nous a permis de la mettre en lumière. Notre enjeu premier était de donner la parole à nos collaborateurs, de mettre en avant leurs expertises, leurs métiers et de décloisonner les habitudes entre les sociétés régionales, les magasins, les entrepôts et les services centraux. Notre second enjeu était d'accueillir 6 000 nouveaux collaborateurs en moins de 10 mois. Des épiciers comme nous, que nous avons à cœur d'accueillir et d'embarquer afin d'écrire tous ensemble cette nouvelle histoire.* »

Explique Aurélie Taude, Directrice Marketing et Communication d'ALDI France.

Dès les premiers mois de travail, une stratégie forte s'est rapidement mise en place : « *Nous voulions faire place aux collaborateurs : ne pas parler seulement aux équipes mais donner la parole aux équipes. Ne pas parler d'un métier mais de tous nos métiers. Ne pas parler que des magasins mais de toutes nos forces vives. Notre dispositif de communication Interne est semblable à un dispositif de communication externe. Il se décline à travers des films, des affiches des newsletters et une application interne. Nous mettons à l'honneur les parcours de collaborateurs inspirants, engagés, investis à tous les niveaux - avec beaucoup ou peu d'ancienneté - de façon à ce que chacun raconte sa propre histoire ! Un peu plus d'un an après, nous constatons un réel sentiment d'appartenance et de fierté au sein de nos équipes. Nous sommes heureux de pouvoir partager leur histoire et, à travers eux, celle d'ALDI France !* » ajoute Aurélie Taude, Directrice Marketing et Communication d'ALDI France.

« *La communication interne d'ALDI se vit jour après jour, précise Hervé Francès, Président de l'agence Okó, Nous publions quotidiennement des nouveaux contenus sous forme de 'snack contents' (des contenus faciles et rapides à découvrir). Chaque jour, ces contenus prennent des formes différentes : quiz, interviews, vidéos, datavisions... L'important est de montrer toute la diversité des actions initiées par ALDI France pour ses clients, ses équipes ou l'environnement. Derrière tous ces sujets, il y a des femmes et des hommes, des expertises et des innovations qui donnent à voir et à découvrir de belles histoires.* »

Fort de tous ces témoignages et engouements de la part des collaborateurs, ALDI France souhaite continuer sur sa lancée et continuer à valoriser les parcours de ses collaborateurs et toutes leurs réalisations.

A propos de ALDI

ALDI est présent en France depuis 1988. Les 1 300 magasins actuels sont pilotés par 13 sociétés régionales. Ces sociétés emploient plus de 16 000 personnes, dont 90 % ont un contrat de travail à durée indéterminée. ALDI Nord fait partie des acteurs majeurs du marché de la grande distribution à l'international. L'inventeur du discount, représenté dans neuf pays européens, s'engage à aller à l'essentiel pour offrir chaque jour à ses clients la meilleure qualité au meilleur prix. La clé du succès durable d'ALDI Nord repose sur sa présence en Europe qui rassemble plus de 80 000 employés présents à travers l'Allemagne, la Belgique, le Danemark, la France, le Luxembourg, les Pays-Bas, la Pologne, le Portugal et l'Espagne

www.aldi.fr

A propos de Okó

Okó fait partie du top 20 des agences indépendantes françaises. En 8 ans, elle a été élue cinq fois Agence de l'Année (2010 Agence Corporate - 2012 et 2013 Agence Marketing Relationnel - 2015 et 2017 Agence Éditoriale) et a reçu plus de 110 prix et récompenses depuis sa création.

CONTACTS PRESSE

Cabinet TADDEO aldi@taddeo.fr

ALDI France contact.presse@aldi.fr