

COMMUNIQUÉ DE PRESSE ALDI

« Il était une fois le Discount d'aujourd'hui »

Avril 2023



Il était une fois LE DISCOUNT d'aujourd'hui



Il y a 35 ans, ALDI ouvrait son premier magasin en France et la famille Albrecht continuait d'étendre son invention du Discount en dehors d'Allemagne (ALbrecht Discount). Aujourd'hui, avec 1300 magasins et plus de 16 000 collaborateurs en France, ALDI rencontre l'époque et son modèle de distribution si singulier répond plus que jamais aux vies d'aujourd'hui.

La nouvelle page de la communication ALDI qui s'ouvre en ce début avril a justement pour objet de réaffirmer l'ADN de discount de l'enseigne assorti d'un grand souffle de modernité.

Le nouveau film de marque conçu par TBWA|Paris projette ALDI dans l'univers riche d'évocations des contes & légendes qui font partie de notre culture commune. Le film s'appuie sur l'histoire intemporelle de Cendrillon pour mieux la réinterpréter, la réinventer, la faire coller aux vies d'aujourd'hui faites de simplicité, de pragmatisme et de bon sens. Elle est donc à l'image de ce qu'est le Discount dont ALDI est l'inventeur !

Ce film, qui sera diffusé à la télévision et sur le digital, est le premier chapitre de la nouvelle stratégie de marque d'ALDI dont le plan média est orchestré par l'agence Cospirit.

Outre des activations sur le social média pour événementialiser la sortie de la campagne réalisées par Mogul (groupe TBWA), TBWA|Paris a aussi conçu une campagne presse qui viendra compléter le dispositif de lancement : une annonce rappellera les fondements de l'ADN d'ALDI sous la bannière programmatique « il était une fois le Discount d'aujourd'hui ». Une autre série de visuels s'attachera à rappeler (ou à rassurer c'est selon) à quel point ALDI est viscéralement attaché à l'idée de proposer des produits de haute qualité au meilleur prix à ses clients. Alors, oui, les Petits Chaperons rouges d'aujourd'hui savent très bien comment ravitailler Mère-grand avec un panier de fruits et légumes bien frais livrés du jour chez ALDI. Cette campagne s'attache à mettre en scène l'ensemble les principaux marqueurs de la qualité des

produits que l'on trouve chez ALDI composés à 90% en marques propres : le lait, les œufs, la viande de porc et de bœuf 100% français, les fruits et légumes frais livrés chaque jour sans oublier le pain et les viennoiseries cuits sur place.

Ce nouveau territoire de marque a pour objectif de mettre en lumière tous les atouts de l'inventeur du discount, de les relire au prisme de l'actualité, tout en soulignant leur incroyable modernité.



Nous assumons complètement notre modèle de discount et notre image prix est complètement intégrée dans l'esprit des consommateurs. Aujourd'hui, les Français ne nous connaissent pas assez car nous avons lancé notre première campagne de pub en 2019. Après un premier chapitre qui expliquait notre différence de discount, nous souhaitons démontrer à quel point nos produits frais et nos marques distributeurs sont qualitatifs ! Cette campagne est le fer de lance d'une stratégie marketing destinée à développer notre notoriété et notre considération. L'univers des contes est connu de tous ce qui va nous permettre d'être tout de suite identifiés et reconnus que ce soit en radio, télé ou bien affichage. ALDI est plus que jamais une solution qui permet à tous de manger des produits bons et pas chers : c'est ça le discount. Nous ne sommes pas dans la surconsommation, faire ses courses chez ALDI c'est aller à l'essentiel avec une gamme de 1600 références et privilégier la qualité à la quantité : c'est l'enseigne qui facilite le quotidien !

Explique Anne-Marie Gaultier,
Directrice Marketing et Communication d'ALDI France



Dès le 2 avril prochain la nouvelle campagne de communication ALDI sera lancée sur l'ensemble des médias : télévision, presse, web, réseaux sociaux et radio.

À PROPOS DE ALDI FRANCE

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

CONTACTS PRESSE ALDI

Cabinet TADDEO :

Caroline de Vogüé
carolinedevogue@taddeo.fr
06 44 06 58 51

ALDI France : contact.presse@aldi.fr