



Communiqué de presse

ALDI FRANCE RENFORCE SES ENGAGEMENTS EN FAVEUR DES PRODUITS FRAIS, LOCAUX ET RESPONSABLES CONFORMEMENT AUX ATTENTES DES FRANÇAIS

Selon une étude menée par OPINION WAY pour ALDI France et dévoilée en exclusivité, les Français aspirent à consommer des produits alimentaires plus responsables. L'inventeur et réinventeur du discount renforce ses engagements en participant au déploiement de la Charte de mise en valeur des produits frais et locaux du Ministère de l'Agriculture, en renforçant sa gamme de produits issus de la pêche durable et en s'engageant pour une meilleure rémunération des producteurs laitiers.

Paris, 2 mars 2021 – Les Français souhaitent manger mieux, plus frais et plus local : 66% des consommateurs privilégient l'achat de fruits et légumes frais et de saison, de même qu'une majorité d'entre eux déclarent acheter systématiquement de la viande d'origine française (55%). Mais il existe encore des freins importants à l'achat : **plus d'un français sur deux estime que ces produits sont trop chers par rapport aux produits classiques**. Ils sont ainsi 25% seulement à déclarer opter systématiquement pour des produits biologiques lors de leurs achats.

Dans ce contexte, ALDI France **annonce le renforcement de ses engagements** pour concilier la meilleure qualité de produits au meilleur prix, tout en fournissant une information plus claire et transparente :

- **Par la mise en valeur des produits frais et locaux** et la mention visible de l'origine des produits frais agricoles et aquatiques, dans le cadre du déploiement de la *Charte des produits frais et locaux*, sous l'égide du Ministère de l'Agriculture. L'opération est déployée sous la bannière « Plus près de vous et de vos goûts » ;
- **Par l'engagement pour une meilleure rémunération des producteurs laitiers**, via le référencement des marques « FaireFrance » et « C'est qui le Patron ?! » Ces deux belles initiatives sont distribuées depuis février, séparément et de façon équitable, dans l'ensemble des magasins ALDI France afin de respecter une démarche environnementale et en cohérence avec leurs zones de productions (CP disponible ici).
- **Par la participation à l'opération "pêche durable" sous le label MSC**, qui permet d'offrir aux consommateurs des produits de qualité en magasin tout en les sensibilisant sur les choix responsables en matière de produits de la mer et ainsi contribuer à la préservation des ressources marines pour les générations futures.

Plus d'un Français sur deux juge les enseignes discount engagées en faveur de la distribution de produits alimentaires respectueux de l'environnement, de la santé et de l'humain, notamment chez les jeunes. Les clients des magasins discount sont en outre plus nombreux à percevoir les efforts de ces enseignes en faveur de la distribution de produits alimentaires « responsables » (61% vs 32% des non-clients).

« Un autre enseignement très intéressant de cette étude réside dans le fait que près de 7 consommateurs sur 10 (69%) considèrent que les produits labellisés distribués par les enseignes discount sont moins chers que dans les enseignes classiques. Sans elles, certains produits de qualité ne seraient donc pas accessibles à une grande partie des Français. C'est aussi notre rôle de permettre à

tous ceux qui le souhaitent d'avoir accès à des produits de qualité et responsable.» souligne Aurélie TAUDE, Directrice Marketing d'ALDI.

Chez ALDI France 100 % du lait, 100% des œufs coquilles ou encore 99 % de la viande sont d'origine France. S'agissant des fruits et légumes, ALDI privilégie l'origine France dès qu'elle est disponible : environ 55 % du volume de fruits et légumes est d'origine France.

Ces engagements s'accompagnent d'un dialogue approfondi et qualitatif avec les filières agricoles afin d'assurer une meilleure répartition de la valeur entre tous les acteurs de la chaîne de production.

Pour consulter les résultats de l'étude OPINION WAY pour ALDI (*lien hypertexte vers le graphique des résultats*).

CONTACT PRESSE

contact.presse@aldi.fr