



ALDI Portugal destaca pontos fortes em campanha digital

A ALDI Portugal lança, esta semana, uma campanha nos canais digitais, com vista a reforçar a sua notoriedade e a relembrar alguns dos seus pontos fortes, aos clientes, nomeadamente o seu ADN de preços baixos e a chancela de uma cadeia com mais de 100 anos de experiência, no mercado europeu.

A marca, recentemente estreada nas redes sociais, recorre a imagens frescas e apelativas e a uma linguagem descontraída e “*clever fun*”, para destacar o potencial das seguintes categorias:

- **Frescura e Sabor:** Com um sortido de Frutas & Legumes repostado diariamente, de modo a assegurar a maior frescura e qualidade, a marca faz uma clara aposta na produção nacional;
- **Alternativas Bio:** Reconhecendo a tendência de procura crescente, o ALDI apresenta um sortido Bio bastante completo, a preços competitivos;
- **Fornadas Deliciosas:** Muito apreciado pelos clientes regulares, o ALDI apresenta várias combinações únicas de pão e pastelaria, só disponíveis nas suas lojas;
- **Sabores Internacionais:** Com uma dinâmica de cerca de 100 produtos novos, todas as semanas, no ALDI os clientes encontram produtos relativos a diferentes temáticas, ideais para quem gosta de impressionar ou simplesmente experimentar sabores diferentes e fugir à rotina.

A campanha terá uma duração de 2 semanas e estará presente em redes sociais, rede Google e alguns sites nacionais. A campanha foi desenvolvida em parceria entre a agência digital, *Funny How* e *Pedro Nóbrega Image Makers*.

Esta é a primeira grande campanha da marca, em Portugal, que promete trazer novidades, muito em breve.

SOBRE A ALDI

A cadeia ALDI conta, atualmente, com 76 lojas em Portugal e assume ter um plano de expansão ambicioso, admitindo que pretende inaugurar um número considerável de novas lojas e chegar a cidades onde ainda não está presente.

Com um posicionamento assente na oferta de produtos de marcas exclusivas, de elevada qualidade e preços competitivos, o ALDI apresenta uma gama alargada de produtos frescos, biológicos, vegetarianos e vegan, sem glúten e sem lactose. Para corresponder às necessidades do mercado português, é dada preferência aos produtores nacionais em várias categorias, como na fruta e legumes ou na carne fresca que, neste caso, é de origem 100% nacional.

Como empresa internacional de retalho o grupo empresarial ALDI Nord tem consciência das consequências da sua atividade empresarial para o ambiente e para a sociedade. Na sua Política de Responsabilidade Empresarial “Simplesmente responsável” o grupo ALDI Nord, ao qual a ALDI Portugal pertence, define o seu posicionamento em várias áreas de atuação que vão desde a responsabilidade pelas condições sociais e ambientais na cadeia de abastecimento e a implementação de medidas para a conservação de recursos, até ao seu compromisso social e que se refletem, por exemplo, na oferta de produtos produzidos de forma sustentável.



CONTACTOS

Departamento MarCom

ALDI Portugal

Lisboa, 2 de junho de 2020

Publicado por: ALDI Portugal – Supermercados, Lda.

marketing@aldi.pt

www.aldi.pt