

# louis delhaize révèle la recette de son succès !



**La proximité n'est pas qu'une question de format ou d'emplacement. Il faut se mettre à la fois au diapason des attentes changeantes du consommateur et de celles des partenaires indépendants qui exploitent les magasins. Depuis quelques années, louis delhaize ne cesse de déployer avec succès sa vision d'une proximité chaleureuse et moderne, et de rencontrer les attentes de ces deux publics.**

Le contexte de la pandémie a eu un impact contrasté sur les résultats des magasins alimentaires de proximité : le public a davantage fait ses courses dans le voisinage, mais les magasins implantés en stations-service, dans des environnements urbains ou des zones de bureaux, ont été pénalisés par la mobilité limitée du consommateur. Notre réseau de 264 magasins louis delhaize a pourtant encore gagné du terrain, poursuivant une tendance à la hausse constante depuis plus de 5 ans. Ce n'est évidemment pas le fruit du hasard. Laissez-nous vous le prouver.

## Un concept furieusement contemporain

Pour louis delhaize, la proximité n'est ni un caprice ni un format parmi d'autres. C'est depuis toujours l'essence de notre métier, et l'objet de toute notre attention. Les attentes des clients comme celle de nos partenaires franchisés, nous les étudions en permanence, tout

en scrutant tout ce qui est novateur et porteur, ici ou à l'étranger. Toutes ces tendances, nous les avons traduites dans un concept commercial élégant, où la modernité se marie à un chaleureux esprit d'authenticité. Le client s'y sent presque à la maison, et l'exploitant se repose sur un modèle où tout, du parcours client à la présentation des catégories, a été soigneusement mesuré et optimisé pour favoriser ses résultats. Notre plus récent magasin, inauguré à Ertvelde, a fait sensation, y compris parmi la clientèle locale, qui lui a réservé un accueil enthousiaste.



**Un assortiment cousu sur mesure**  
Un magasin de proximité, c'est pour

nous bien mieux qu'un supermarché réduit. C'est une offre commerciale calibrée en fonction du style de vie de la clientèle et des solutions que nous pouvons lui offrir. Elle trouvera chez nous toutes ses unités de besoin, mais aussi des propositions qualitatives et différenciées en matière de plats cuisinés ou consommation on the go. Nos équipes travaillent sur mesure, y compris sur notre marque propre louis, qui compte déjà 600 produits en frais, épicerie, boissons alcoolisées, dont une nouveauté à savourer avec modération, la bière louis. Même la promo est au rendez-vous, avec des offres agressives (1+1 gratuit, -50%...) qui prouvent au client qu'il peut trouver chez nous d'aussi belles opportunités qu'ailleurs.

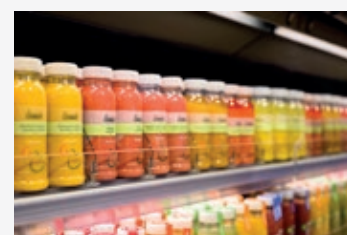


## De vrais engagements durables

La période du Covid-19 a rendu le consommateur toujours plus conscient. Nous n'avons pas attendu cette crise pour travailler de façon systématique à réduire notre empreinte écologique. Chez nous, les packagings des salades "on-the-go" viennent par exemple de suivre un principe déjà adopté en charcuterie : le film plastique alimentaire se sépare du support carton après emploi, ce qui permet le tri des composants. Plus de 12 tonnes de déchets seront économisés chaque année grâce à cette nouveauté. Notre engagement est aussi social : nous avons décidé de confier notre travail de reconditionnement à Nekto, une entreprise qui insère socialement près de 300 personnes en situation de handicap.

## Le local, vraiment local !

Le circuit court n'est pas chez nous un argument cosmétique, mais une véritable relation de complicité avec des producteurs locaux, souvent installés dans un rayon de 10 km autour du point de vente. Si nous y parvenons, c'est parce que notre structure privilégie l'agilité, et veut donner à chaque exploitant de magasin la possibilité d'être un très bon voisin.



## Passez donc nous voir !

La période la plus pesante de la pandémie s'éloigne enfin, et chez louis delhaize, on s'en réjouit : notre enseigne est là pour célébrer la vie et tous ses petits plaisirs, autour de valeurs positives, du service, de l'accueil proposé par une enseigne où les rapports avec les partenaires sont professionnels mais fortement humains. Que vous soyez candidats à la franchise, fournisseur ou tout simplement consommateur, poussez notre porte : nous avons plein de belles histoires à partager en rayon, et de magnifiques partenariats à construire.



## Vous souhaitez en savoir plus ?

Contactez Juan Poncin:

- Poncinjuan@ld.be
- +32495210616