Persbericht

**Delhaize en TBWA :**

**Kleine Leeuw, kleine prijs en… grote besparing!**

**Het is een thema dat al maanden de actualiteit beheerst : het leven blijft maar duurder worden. Maar wil dat zeggen dat de Belgen moeten inboeten op de kwaliteit van hun voeding ? Voor Delhaize alvast niet. Daarom lanceert het merk nu een selectie van producten voor elke dag, die altijd laag geprijsd zijn : de Kleine Leeuwtjes.**

Een merk dat zegt “Mee met ’t leven” te zijn, kan niet blind blijven voor de toenemende financiële zorgen van veel Belgen. Terwijl alles duurder wordt, gaat Delhaize daarom z’n prijzen verlagen: met de Kleine Leeuwtjes wil Delhaize een concrete bijdrage bieden om de koopkracht van z’n klanten te beschermen.

Een selectie van producten voor elke dag, altijd klein geprijsd: dat is de belofte van dit nieuwe initiatief. Op dit moment zijn dat circa 500 producten, later groeit dat aantal tot 1500. Vanaf vandaag zullen klanten in de winkels, online en in de MyDelhaize-app de nieuwe prijsetiketten ontdekken. Met hun knalrode kleur zullen ze niet te missen zijn in de winkel, en er zo voor zorgen dat klanten de Kleine Leeuwtjes meteen zien. Zo wordt het shoppingbudget onder controle houden zo nog makkelijker.

Samen met het getrouwheidsprogramma SuperPlus -waarmee klanten tot 15% korting krijgen op Nutri-Score A en B-producten- helpt dit initiatief de Belgen om beter eten betaalbaar te houden. Zelfs wanneer de economische situatie moeilijk is.

Om het ruime assortiment van die permanent goedkope producten bij Delhaize te symboliseren, krijgt de grote leeuw nu het gezelschap van een bende kleine leeuwtjes, speels, ondeugend en schattig tegelijk sloven ze zich uit om overal die lage prijzen aan te duiden. Dat zie je in de spot die TBWA creëerde. De campagne, voorafgegaan door een teaserfase, loopt ook op radio, in kranten en OOH, en in social media.

**Laure Ghekiere**

**Nell Dumortier**

**Isabel Broes**