**Communiqué de presse**

**TBWA et Delhaize rendent le mois de septembre à nouveau bon marché.**

**« Delhaize, c’est bon mais c’est pas toujours bon marché. » C’est, plus ou moins, ce que beaucoup de gens ont pu dire de Delhaize. Et c’est dommage. Car tout le monde devrait pouvoir manger sainement tous les jours. À l'approche du mois de septembre, mois particulièrement coûteux pour les ménages, Delhaize franchit de nouvelles étapes avec une nouvelle campagne signée TBWA, visant à faire de Delhaize le supermarché de tous.**

Fournitures scolaires, équipements sportifs, vêtements d'automne et, bien sûr, l'inflation : le mois de septembre est un mois onéreux pour les familles. Voilà pourquoi Delhaize annonce des prix encore plus attractifs. Dès aujourd’hui, vous trouverez dans chaque magasin Delhaize, non pas 500, mais 1000 P’tits Lions ! Ce sont donc 1000 produits de tous les jours, toujours à petits prix : l'eau, les œufs, le lait, le pain, la farine, les biscuits, les légumes, les fruits...

Les 1000 P’tits Lions sont présentés dans une campagne de presse. Campagne dans laquelle le Lion de Delhaize cache certains mots, ou lettres d’une phrase, et en transforme ainsi le sens. Par exemple, « Pas bon marché » devient « Bon marché ». Ou encore « Septembre, le mois super cher » devient tout simplement « Septembre, le mois super ». Grâce à cette campagne et à la place dynamique du Lion, TBWA et Delhaize veulent changer l’impression qu’on peut avoir sur les prix chez Delhaize.

Le look rafraîchi et le langage simplifié de cette campagne seront eux aussi repris dans les campagnes suivantes. Les spots télévisés ont également été revisités. Plus de défilé de produits, mais des situations du quotidien, reconnaissables par tous et démontrant comment Delhaize vous rend la vie plus facile et surtout moins chère.

La campagne est présente dans la presse, en affichage, sur différentes chaînes de télévision et en digital.