

→ DISTRIBUTION

DELHAIZE MET LE PAQUET POUR SÉDUIRE SES CLIENTS

La marque au lion qui s'est développée dans le monde et particulièrement aux États-Unis (Food Lion) est ancrée dans le paysage belge. Etiq&Pack séduit par la qualité des étiquettes et des emballages MDD du groupe belge a voulu en savoir plus. Dominique Huret de Cape Décision a enquêté.

Fleuron de la grande distribution belge, Delhaize fut créé en 1867. Partie intégrante du paysage belge depuis 1957, c'est cette enseigne qui ouvrit à Ixelles le tout premier supermarché en libre-service d'Europe ! « Aujourd'hui, la marque Delhaize fait partie du Groupe Delhaize qui exploite des magasins en Europe, en Asie et surtout aux États-Unis.

Le CA annuel du groupe de 21,1 milliards d'euros est généré à plus de 60 % par les États-Unis et à tout de même 24 % par la Belgique et le Luxembourg.

Dans le royaume belge, Delhaize poursuit sa stratégie de proximité du consommateur en diversifiant son offre de points de vente différenciés : depuis les hyper et supermarchés bien sûr, en passant par les magasins plus jeunes et modernes, mais aussi en innovant dans les points de vente de proximité avec notamment la collecte d'achats effectués en ligne.

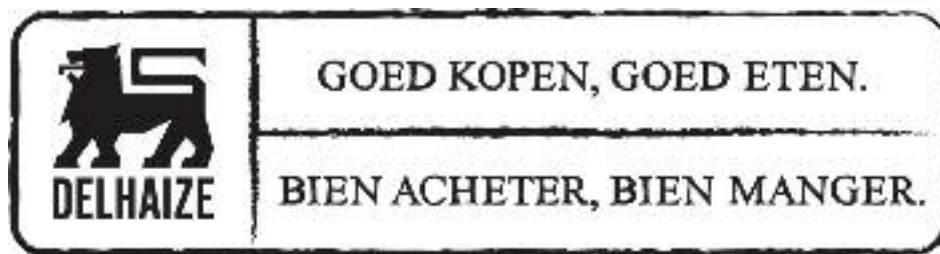
Depuis Bruxelles, notre correspondante Dominique Huret s'est entretenue avec Marie Delvaux, Sustainability Manager Delhaize Bel/Lux.

Marie Delvaux, Sustainability Manager Delhaize Bel/Lux



Etiqu&Pack : Quel est le rôle de l'emballage des produits de marques distributeur dans votre stratégie globale ?

Marie Delvaux : Pour Delhaize, c'est la qualité du produit qui occupe la place primordiale. Dans ce sens, l'emballage tient un rôle important, au service du même du produit. Il doit allonger sa durée de vie, en limiter le gaspillage par une offre de portions adéquates, communiquer des informations et guider le consommateur dans ses choix et préférences. La fonction essentielle de l'emballage est avant tout d'être au service du produit. Mais nous allons plus loin. Comme l'illustre notre nouveau logo « Bien acheter, bien manger », la santé et la nutrition sont nos nouveaux leitmotivs. Grâce à nos marques propres et pour participer ainsi à une meilleure hygiène de vie, nous nous servons de l'emballage pour conseiller le consommateur et l'aiguiller vers les produits les plus sains. Le logo « extra » en forme de cœur joue sur le double sens : bon pour le cœur avec moins de sels, de sucre et de graisses et « coup de cœur » à recommander à nos clients. En effet, nos consommateurs sont déjà familiers de nos démarches et labels de consommateurs responsables pour les produits de la pêche, l'huile de palme etc. Nous poursuivons à présent notre travail en déclinant les thèmes liés à la santé et à la nutrition ».



Etiqu&Pack : Que signifie votre politique « Zéro déchet » ?

Marie Delvaux : Deux objectifs cohabitent dans ce slogan. D'abord l'importance du recyclage sur toute la chaîne d'approvisionnement. Comme vous le savez, les belges sont fort coopérants en matière de réutilisation d'emballages et fort drillés à cet exercice : recycler nos emballages reste ainsi prioritaire. Mais selon nous, il n'existe pas d'emballage idéal : l'optimisation des emballages doit être examinée produit par produit et selon divers critères. En matière d'emballages toujours, une de nos dernières évolutions technologiques concerne le conditionnement de la viande rouge présentée depuis peu sous vide dans le rayon froid. Face à un consommateur quelque peu réticent à première vue, nous jouons à nouveau un rôle de précurseur ici. Nous lui proposons en effet un triple avantage : en termes de qualité, de conservation du produit mais aussi en terme de poids de l'emballage lui-même.



La chaîne a environ 2 500 filiales dans le monde réparties en Belgique, Luxembourg, Allemagne, Grèce, Roumanie, Indonésie, Serbie, et aux États-Unis.



La fonction essentielle de l'emballage est avant tout d'être au service du produit. Mais nous allons plus loin.



LA GAMME DES MARQUES DELHAIZE

La marque Delhaize, la **marque de distributeur principale** avec des produits de base jusqu'à 40 % moins chère.

Delhaize 365, produits de base principalement alimentaires **discount**.

Delhaize Bio, produits **biologiques**.

Delhaize Care, produits non-alimentaires de **soin et beauté**.

Delhaize Eco, produits non-alimentaires **écologiques**.

Delhaize Taste of Inspirations, produits d'alimentation « **supérieur** ».

19

ENTREPRISE



Viande sous vide « Skinpack »

Ensuite, le « Zéro déchet » signifie aussi la nécessité de limiter au maximum le gaspillage alimentaire. Nous collaborons étroitement avec nos partenaires pour faire des dons aux banques alimentaires. C'est dans la région de Bruxelles et du Brabant qu'une récente illustration de cette initiative a eu lieu en collaboration avec un partenaire logistique. En charge de la gestion des commandes d'e-commerce de Delhaize, le prestataire de services de distribution a annoncé son engagement à contribuer à quelques 7.000 rations alimentaires chaque semaine, nourrissant ainsi 700 personnes dans le besoin. Certes, ces initiatives ne sont pas nouvelles, mais elles illustrent fort bien le souhait de la marque belge de montrer l'exemple dans la lutte contre la précarité et la pauvreté.

Le Groupe Delhaize est aussi réputé pour la qualité et la variété de son offre vin. De nombreux acheteurs parcourent ainsi le globe, en charge de sélectionner et de compléter les nombreuses gammes de vins mises en bouteilles par le groupe Delhaize lui-même. En témoigne également

le succès du site de commande de spiritueux en ligne www.delhaizewineworld.be.

Une campagne créative a récemment fait le buzz par sa simplicité et son humour. Les explications de Dorothee Pernitchi, Senior Brand Manager s'imposent : « Les produits Delhaize 365 constituent l'entrée de gamme de notre offre. Comme pour l'ensemble des produits de cette catégorie, l'étiquette se doit d'être des plus sobres, permettant au consommateur de l'identifier facilement, plus particulièrement dans l'offre vin. De plus, différents types de vin et de cépages figurent dans l'offre et doivent se différencier. Il fallait donc décliner ces deux contraintes, tout en gardant une cohérence avec la gamme de produit. Pour d'autres produits, nous travaillons par région et cépage et visons la satisfaction du consommateur avant tout. Information du consommateur et adéquation avec ce qu'il recherche ou plutôt ce qu'elle recherche puisqu'en Belgique ce sont en majorité les femmes qui achètent le vin. » Cela aussi, Delhaize l'a bien compris.

Propos recueillis par **Dominique Huret**

Gamme de vin Delhaize
zoom étiquettes « 365 »



Star Plate Film Négatif HD jet d'encre



La solution Star Plate a été conçue pour vous permettre de fabriquer des films négatifs et positifs de type Flasheuse.

Les films Haute densité sont parfaitement compatibles pour réaliser toutes vos plaques Flexo, Typo ou écrans sérigraphiques.

Fini les ruptures de trame !

Smart Screen est une technologie de tramage, de nombreuse fois primée, qui permet de reproduire de très haut niveaux de finesse, particulièrement dans les Hautes lumières.

- ☆ Sans Chimie
- ☆ Linéature maxi 175 Lpi
- ☆ Multi-process



GOPIAG
france
PARTENARIAT EXCLUSIF
www.gopiag.com

