

CATALOGUE

> Lire un catalogue promotionnel



1/ juin 2020



Les activités proposées sont adaptées à des publics ayant un niveau de compréhension orale A1, le formateur sera un interlocuteur bienveillant. Il s'agit d'une situation de vie très courante (faire des courses alimentaires dans un supermarché). Elles permettent de travailler la lecture de mots mais aussi de données chiffrées (prix/quantité).



■ PRÉPARATION DU MATÉRIEL

1. Lire la fiche et comprendre la progression des activités.

2. Recherchez, imprimez et découpez

- o Support 1 : Courriers, documents et publicité reçus dans une boîte aux lettres.
- o Support 2 : 2 à 3 catalogues de supermarché
- o Support 3 : Cartes étiquettes avec des mots extraits du catalogue.
- o Support 4 : Etiquettes de slogans extraits du catalogue/textes précisant les conditions de vente.



PROPOSITION DE PROGRESSION EN SPIRALE DE LA SÉQUENCE PÉDAGOGIQUE

De la séance 2 à la séance 5, on démarrera par une activité de mise en route permettant à chaque fois de faire le lien avec la séance précédente.

| Séance 1 | Séance 2 | Séance 3 | Séance 4 | Séance 5 |
|--|--|---|--|--|
| Identification des documents reçus dans la boîte aux lettres | Catégorisation des documents reçus dans la boîte aux lettres | Repérage de slogans et des conditions d'achat | Identification d'alertes à la consommation | Comparaison de catalogues |
| Catégorisation des publicités | Identification des publicités et de leur intention | Compréhension du sens des conditions d'achat | Repérage de zones de texte | Identification d'informations liées aux conditions de vente et alertes à la consommation |
| Repérage de mots-clés | Repérage de mots-clés | Repérage d'informations précises | Compréhension du vocabulaire lié aux alertes | Catégorisation d'informations chiffrées |
| Repérage d'informations chiffrées | Genre des mots et segmentation en syllabes | Mémorisation des mots-clés | Mémorisation des mots clés et segmentation en syllabes | Classement de données chiffrées |
| Segmentation des mots | Lecture et écriture des mots-clés | Lecture et écriture des mots-clés | Lecture et écriture des mots-clés | |
| Lecture et écriture des mots-clés | | | | |



IDENTIFIER DES DOCUMENTS REÇUS DANS UNE BOÎTE AUX LETTRES

SENSIBILISATION

>15min

1.A – Le formateur présente différents documents et courriers tels que l'on peut en trouver dans une boîte aux lettres. Les participants se réunissent devant la table où sont disposés les documents.

« Regardez ces documents et triezy les documents par ordre d'importance. Les courriers très importants et urgents à gauche, moyennement importants au milieu, les publicités et les promotions à droite ».

CATEGORISER LES PUBLICITES DE SUPERMARCHÉ

ANTICIPATION

>10+10min

1.B – Le formateur fait qualifier les documents du tas des « publicités/promotions ».

« Regardez ces documents. Qu'est-ce que c'est ? A quoi servent ces documents ? Est-ce que vous les utilisez ou est-ce que vous les jetez ? ».

La restitution permet d'amorcer des échanges sur la notion de publicité.

1.C – Le formateur demande ensuite de regrouper les publicités par type de produits.

« Vous mettez ensemble les publicités de supermarché, celles pour des restaurants, celles pour des dépannages et les travaux, celles pour les vêtements... ».

REPERER DES MOTS CLES DANS LE CATALOGUE ALIMENTAIRE

COMPRÉHENSION GLOBALE

>15+15min

1.D – Les participants sont en binôme. Le formateur remet un catalogue de supermarché et demande d'identifier des informations saillantes sur la 1^{ère} page.

Exemples : le nom du magasin, la période concernée par l'offre promotionnelle.

Le formateur demande d'entourer les informations en français afin de les distinguer de celles en néerlandais.

La restitution est collective. Le formateur lit à voix haute les réponses pour valider la réponse adéquate avec le groupe. La restitution permet de consolider les échanges sur la notion de publicité.

1.E– Le formateur sélectionne une page et pose des questions sur les polices de caractère et/ou typographies utilisées. L'objectif de lecture est de déterminer pourquoi telle ou telle information est écrite en gros, en rouge, en tout petit, en italique...

« Qu'est ce qui est important selon vous ?

Pourquoi est-ce que c'est écrit en gros ?

Pourquoi est-ce que c'est écrit en petit ? »

Le formateur lit chaque information à voix haute. La restitution permet d'insister sur la nature des informations écrites. Ex : « C'est écrit en grand parce que c'est le nom du magasin et que le magasin veut être reconnu. »

REPERER DES INFORMATIONS CHIFFREES DANS UN CATALOGUE

COMPRÉHENSION DÉTAILLÉE

>20min

1.F – Le formateur remet la même page du catalogue et a préparé des cartes- étiquettes de mots ou d'informations chiffrées comme un prix, un poids.

Ex : magasin, prix, citrons, promotions, couches, date... La lecture de la carte est individuelle mais le groupe vient en soutien si nécessaire.

« Vous piochez une carte-étiquette. Vous lisez ce que c'est. Tout le groupe cherche ensuite où c'est écrit sur le catalogue. »



IDENTIFIER LES SYLLABES A L'ORAL DU CATALOGUE PROMOTIONNEL

ENTRAÎNEMENT

>5-10min

1.G – Le formateur fait remarquer que les mots peuvent être composés par différentes syllabes. Ils oralisent les mots lus en **1.F** et les participants doivent marquer les syllabes en les rythmant comme en musique : CI/TRONS ; PRO/MO/TION ; PRIX.

ECRIRE DES MOTS DEJA LUS ET CONNUS

PRODUCTION

>10min

1.H – Le formateur écrit au tableau les mots lus **1.F** et compris par le groupe. Il limite la reproduction écrite à 3 à 5 mots. Au besoin, il a préparé des modèles pour reproduire le mot en suivant le modèle.

« Vous lisez le mot et vous l'écrivez. »



FAIRE LE LIEN AVEC LA SÉANCE PRÉCÉDENTE

MISE EN TRAIN

>5 min

2.A – Le formateur fait un point avec le groupe sur le travail en cours depuis la séance précédente :

« *Qu'avons-nous fait la dernière fois ? Qu'êtes-vous en train d'apprendre à lire ?* »

CATEGORISER LES DOCUMENTS AUTHENTIQUES

ANTICIPATION

>10-15min

2.B – Les participants sont en binôme. Le formateur leur remet différents documents qu'ils doivent trier par ordre d'importance.

« *Vous devez faire 3 tas en mettant ensemble les documents très importants. Ceux qui sont intéressants mais pas importants. Les publicités et promotions dans un troisième tas.* »

IDENTIFIER UNE PUBLICITE ET SES INTENTIONS

COMPRÉHENSION GLOBALE

>15+10+15min

2.C – Le formateur demande de choisir un catalogue parmi le tas de publicités et demande d'expliquer pourquoi le binôme l'a choisi.

« *Pourquoi avez-vous gardé ce catalogue ? Qu'est-ce qui est intéressant dans cette publicité ?* »

En fonction de la taille du groupe le formateur fait restituer 3 à 4 binômes. L'activité pourra être reprise lors d'une autre séance si nécessaire.

2.D– Le formateur remet deux ou trois documents publicitaires pour faire observer les caractéristiques de ce genre d'écrits.

« *Regardez ces publicités. Que voyez-vous sur chaque catalogue ? Qu'est-ce qui est pareil ? Que retrouve-t-on dans un catalogue de publicité ? Pourquoi c'est présenté comme cela ?* »

La restitution permet de faire observer les caractéristiques d'une publicité : les slogans, la taille de certaines informations, la couleur, les encarts promotionnels.

2.E – Le formateur remet deux ou trois documents publicitaires pour faire observer les caractéristiques de ce genre d'écrits.

« *Regardez ces publicités. Que voyez-vous sur chaque catalogue ? Qu'est-ce qui est pareil ? Que retrouve-t-on dans un catalogue de publicité ? Pourquoi c'est présenté comme cela ?* »

La restitution permet de faire observer les caractéristiques d'une publicité : les slogans, la taille de certaines informations, la couleur, les encarts promotionnels.

LIRE LES INFORMATIONS CLES SUR LE CATALOGUE

COMPRÉHENSION DÉTAILLÉE

>20min

2.F – Le formateur remet la même page du catalogue. Il reprend l'activité 1F avec de nouveaux mots sur les cartes- étiquettes.

La lecture de la carte est proposée par personne, mais le groupe vient en soutien si nécessaire.

« *Vous piochez une carte étiquette. Vous lisez ce qui est écrit. Tout le groupe cherche ensuite où c'est écrit sur le catalogue.* »



CONNAITRE LE GENRE DES MOTS, IDENTIFIER LA CHAÎNE PHONOGRAPHIQUE

ENTRAÎNEMENT

>15+5-10+5-
10min

2.G – Le formateur demande de classer d'un côté les étiquettes-produits, d'une autre les étiquettes de poids/quantité, d'un autre les étiquettes prix/promotions.

« Au tableau, il y a trois colonnes : *PRODUITS/PRIX ET PROMOTIONS / POIDS ET QUANTITÉ.* Vous piochez une étiquette, vous la lisez et vous venez la mettre dans la bonne colonne. »

2.H – Les mots de l'activité 2F ont été écrits comme sur le catalogue, sans déterminant : *chicons, céleri-rave, par paquet, - 29% 1,75€...* Les participants doivent dire si c'est : le/la céleri-rave, le/la paquet, le/la prix, le/la promotion.

2.I- Le formateur reprends l'activité 1H. Il oralise les syllabes des mots et les participants marquent le rythme de chaque syllabe orale, sur les mots vus en 1H et en 2G. Ex : *MA/GA/SIN ; PRIX ; PRO/MO/TION ; CI/TRONS ; DATE ; PA/QUET.*

ECRIRE DES MOTS DÉJÀ LUS ET CONNUS

PRODUCTION

>5-10min

2.J – Le formateur écrit au tableau des mots lus et compris en activité 2.G. Il limite la reproduction écrite à 3 à 5 mots. Au besoin, il a préparé des modèles pour reproduire le mot en suivant le modèle.

« Vous lisez le mot et vous l'écrivez. »





FAIRE LE LIEN AVEC LA SÉANCE PRÉCÉDENTE

MISE EN TRAIN

>5 min

3.A – Le formateur fait un point avec le groupe sur le travail en cours depuis les séances précédentes :

« *Qu'avons-nous fait la dernière fois ? Qu'êtes-vous en train d'apprendre à lire ?* »

REPERER LES SLOGANS PUBLICITAIRES ET DES CONDITIONS D'ACHAT

ANTICIPATION

>5-10min

3.B – Le formateur a affiché 3-4 slogans extraits des publicités/catalogues des séances 1 et 2. Ces slogans sont soumis à condition. Ils renvoient à des textes écrits plus petits.

Exemples : *1+1 GRATUIT / 2^e -50% / LUN 14/10 – SAM 19/10 / -15% sur l'achat le plus cher de votre ticket de caisse / à partir du VEN 18/10*

« *Regardez ce qui est écrit au tableau et dites où vous le voyez sur les publicités.* »

La restitution est collective et le formateur lit, à voix haute, chaque slogan l'un après l'autre au fur et à mesure de la restitution.

COMPRENDRE LE SENS DES CONDITIONS D'ACHAT

COMPRÉHENSION GLOBALE

>30min

3.C – Le formateur lit chaque slogan et demande au groupe à qui ça s'adresse, ce que cela veut dire.

Exemples :

« *Que veut dire : LUN 14/10 – SAM 19/10 ?* »

Échanges : *est-ce que je bénéficie des promotions lundi 21 octobre ?* »

« *Que veut dire : à partir du VEN 18/10 ?* »

Échanges : *est-ce que je bénéficie des promotions le reste de la semaine ?* »

« *Que veut dire -15% sur l'achat le plus cher de votre ticket de caisse ?* »

Échanges : *est-ce que la réduction est pour la totalité de mon ticket de caisse ?* »

3.D – Le formateur remet ensuite le texte écrit en petit et qui précise les conditions de vente. Il demande d'associer les textes avec les slogans portant des *.

« *Comme vous l'avez-vu il y a des conditions de vente. Mettez ensemble le slogan et le texte qui va avec.* »

REPERER DES INFORMATIONS PRÉCISES DANS UN CATALOGUE

COMPRÉHENSION DÉTAILLÉE

>20+10min

3.E – Le formateur lit à voix haute la condition de vente : « *15% sur l'achat le plus cher de votre ticket de caisse* ». Le formateur demande à chaque participant de faire une liste de courses de 3 produits. Puis, dans leur groupe, chacun présente sa liste de courses. Les autres doivent déterminer quel produit va bénéficier de la promotion de 15%.

3.F – Le formateur pose ensuite des questions implicites sur le texte.

« *Si vous dépensez 23€, bénéficiez-vous de la promotion ? Est-ce que cette promotion va vous donner envie de dépenser plus d'argent ?* »



MEMORISER DES MOTS DU CATALOGUE, IDENTIFIER LA CHAÎNE PHONOGRAPHOLOGIQUE

ENTRAÎNEMENT

> 15min

3.G – le formateur écrit des mots-clés au tableau, extraits du catalogue et déjà vus lors des activités **1.H**, **2.G** et **3.E**.

« *Je lis le mot, vous le retrouvez dans le texte et vous le soulignez.* »

3.H – Chaque mot est ensuite relu par le groupe 2 à 3 fois dans des ordres différents, dans un ordre aléatoire afin de systématiser la lecture de ces mots.

3.I – Les participants viennent au tableau segmenter les mots des activités **1.H**, **2.G** et **3.E** en syllabes : *TO/MATE KI/LO KI/LO/GRAMME PRIX*.

ECRIRE DES MOTS DÉJÀ LUS ET CONNUS

PRODUCTION

>5-10min

3.J – Certains des nouveaux mots lus et compris dans l'activité **3.G** sont écrits par les participants.

« *Vous lisez le mot et vous le recopiez dans votre répertoire/cahier. Vous devez pouvoir le relire chez vous.* »



FAIRE LE LIEN AVEC LA SÉANCE PRÉCÉDENTE

MISE EN TRAIN

>5 min

4.A – Le formateur fait un point avec le groupe sur le travail en cours depuis les séances précédentes. Il a affiché 3-4 slogans de la séance 3.

« Regardez ce qui est écrit au tableau et dites où vous le voyez sur les publicités. Est-ce ce que les slogans sont toujours vrais ? »

IDENTIFIER UNE ALERTE A LA CONSOMMATION

ANTICIPATION

>5-10min

4.B – Le formateur a affiché 1 alerte à la consommation extraite des publicités/catalogues des séances 1 et 2.

Ex : « Une bière brassée avec savoir se déguste avec sagesse. Notre savoir-faire se déguste avec sagesse. »

« Regardez ce qui est écrit au tableau et dites où vous le voyez sur les publicités. »

La restitution est collective. Le formateur demande quel est l'intérêt de cet extrait et demande si les participants en connaissent d'autres.

LIRE LE CONTENU D'UNE ALERTE A LA CONSOMMATION

COMPREHENSION GLOBALE

>20min

4.C – Le formateur remet la pyramide alimentaire et une page de l'épi à chaque binôme. Il demande aux participants d'identifier les documents.

4.D – Le formateur remet la pyramide alimentaire et une page de l'épi à chaque binôme. Il demande aux participants d'identifier les documents.

COMPRENDRE LE SENS DE L'ALERTE A LA CONSOMMATION

COMPRÉHENSION DÉTAILLÉE

>20min

4.E – Le formateur lit à voix haute le texte d'information et pose des questions de compréhension.

« Que faut-il manger ? Combien de fois par jour ? Est-ce que bien manger est la seule manière de rester en bonne santé ? Est-ce que c'est facile de manger 5 fruits et légumes ? Combien coûtent les fruits et légumes du catalogue ? Est-ce que vous en mangez ? Est-ce que c'est cher ? »

LIRE DES MOTS CONNUS ET DES INFORMATIONS CHIFFRÉES DANS UN CATALOGUE

ENTRAÎNEMENT

> 10+15+15min

4.F – Le formateur écrit au tableau des mots-clés extraits du texte de l'activité 4.E
« Je lis le mot, vous le retrouvez dans le texte et vous le soulignez. »

4.G – Chaque mot est ensuite relu à voix haute par le groupe 2 à 3 fois dans des ordres différents. Les nouveaux mots sont segmentés ex : LE/GUMES

4.H – Le formateur demande classer les prix de 4 à 5 produits par ordre croissant.

« Vous cherchez le prix des pommes de terre. Combien ça coûte au kilo ?

Vous cherchez le prix des citrons. Combien ça coûte au kilo ?

Vous cherchez le prix des chicons. Combien ça coûte au kilo ? »

Les prix sont affichés sur des post-it qu'il faut ensuite classer du moins cher au plus cher.



ECRIRE DES MOTS DEJA LUS ET CONNUS

PRODUCTION

>5-10min

4.1 – Le formateur propose d'écrire des mots déjà vus/lus dans les séances précédentes.
« Vous lisez le mot et vous le recopiez dans votre répertoire/cahier. Vous devez pouvoir le relire chez vous. »





FAIRE LE LIEN AVEC LA SEANCE PRECEDENTE

MISE EN TRAIN

>5min

5.A – Le formateur fait le lien avec le groupe de travail en cours depuis les séances précédentes.

« *Qu'avons-nous fait la dernière fois ? Qu'êtes-vous en train d'apprendre à lire ?* »

CATEGORISER LES PUBLICITES DE SUPERMARCHE

ANTICIPATION

>5-10min

5.B – Le formateur remet deux catalogues et demande de les comparer pour voir si les informations sont écrites pareil.

« *Regardez ces deux catalogues. Que voyez-vous de pareil et de différent ?* »

IDENTIFIER DES SLOGANS PUBLICITAIRES ET DES ALERTES A LA CONSOMMATION

COMPRÉHENSION GLOBALE

>15min

5.C – Le formateur demande de regarder la première page du catalogue. Les participants travaillent en binôme. Le formateur demande de chercher les slogans publicitaires et de les entourer dans une couleur. Il demande de chercher les alertes à la consommation et de les entourer d'une autre couleur. Il demande d'entourer des prix avec une troisième couleur et des quantités avec une couleur.

« *Vous regardez chaque catalogue. Vous allez chercher des informations différentes. Vous entourez les slogans publicitaires avec le stylo noir. Vous entourez les informations de prévention en rouge. Vous entourez en vert les prix. Vous entourez en bleu les informations sur les quantités (au kilo, à la pièce...).* »

CATEGORISER DES INFORMATIONS CHIFFREES

COMPRÉHENSION DÉTAILLÉE

>10+10min

5.D – Le formateur sélectionne des informations chiffrées qu'il écrit au tableau. Il demande au groupe d'identifier la nature de chaque information.

« *Qu'est-ce qui est écrit ? Est-ce que c'est un prix ? Un poids ? Un prix au kilo ? Un pourcentage ?* »

La restitution permet de vérifier si les participants identifient les abréviations ou signes (€, gr, kg, %) et peuvent dire combien de grammes il y a dans un kilo, combien de centimes dans un euro, ce que signifie 50%.

5.E – Le formateur demande de chercher tous les prix d'une page du catalogue. Puis de chercher tous les poids au kilo. Puis de chercher les prix des produits à l'unité. Puis de chercher les dates.

« *Nous allons lire les informations en chiffres. Soulignez des dates. Entourez les prix des produits. Surlignez les prix au kilo.* »

Les informations chiffrées sont écrites au tableau au fur et à mesure de la restitution. Les participants les lisent avec l'aide du formateur.

LIRE DES MOTS CONNUS ET DES INFORMATIONS CHIFFREES DANS UN CATALOGUE

ENTRAÎNEMENT

>15min

5.F – Le formateur propose des calculs de sommes pour mettre en application l'activité

5.D : $0,50€ + 0,50€ = 100 \text{ cents donc } 1€$ $500g + 500g = 1000g = 1 \text{ Kilo}$
 $0,25€ + 0,25€ = 0,50€$ $1,99€ + 0,01 = 100 \text{ cents} = 1€$

–



aldi.be

ALDI

Elke dag verrassend - eenvoudig ALDI
Pour que chaque jour soit particulier - ALDI, tout simplement

TEST ACHATS

BESTE KOOP

MAÎTRE-ACHAT

TEST ACHATS

09/2019



Languedoc Merlot*

2.99

75 cl

*Ook verkrijgbaar in de andere landen.
*Nicht-verkrijgbaar in de landen waar de wijn niet wordt geproduceerd.

BESTE FOLDER VAN HET JAAR 2019

VERKIES ONZE FOLDER OPNIEUW TOT BESTE FOLDER VAN HET JAAR.

Stem voor ALDI op www.folderverkiezing.be

ÉLISEZ À NOUVEAU NOTRE DÉPLIANT "MEILLEUR FOLDER DE L'ANNÉE".

Votez pour ALDI sur www.folderdelannee.be

MEILLEUR FOLDER DE L'ANNÉE 2019

vanaf VR à partir du VEN

11/10

BLIJVEND GOEDKOPER

RÉDUCTION PERMANENTE



2.07

1.99

Sinaasappelsap, 6 st.
Jus d'orange, 6 pcs

vanaf WOE à partir du MER

16/10



p. 11

49.99

Klassieke bskoven
Four électrique classique

vanaf ZAT à partir du SAM

19/10



p. 19

24.99

Wandelschoenen
Chaussures de randonnée



CATALOGUE

> Lire un catalogue promotionnel



MA 14/10 - SAM 19/10

Vers Frais

Specials

KANZI

Knolselder
België, Nederland
Céleri-rave
België, Pays-Bas

-29%
1,79€
1,25€
par kilo (poids net)

Puree aardappelen
België, Nederland

-37%
2,33€
1,50€
2,5 kg

Kanzi XS-appels, 8 st.
België

-30%
2,67€
1,75€
8 pcs

Witloof
België, Nederland

-27%
2,33€
1,75€
par kilo (poids net)

Pommes Kanzi XS,
8 pcs
België

-30%
2,67€
1,75€

Chicons
België, Pays-Bas

-30%
2,67€
1,75€
750 g

Blauwe druiven met pit
België, Espagne

-30%
2,67€
1,75€
750 g

Vers wit Zweeds brood
garnieren
Frankrijk

-30%
1,99€
1,25€
800 g

Raisins noirs avec pépins
België, Espagne

-32%
1,25€
0,85€
500 g

Citroenen
Espagne

-32%
1,25€
0,85€
500 g

ALDI

dagelijks in assortiment assortiment **quotidien**

ONTDEK ONZE LUIERS VOOR EEN MINIPRIJSJE. DÉCOUVREZ NOS COUCHES À PRIX MINI.

bebino®

BESTE KOOP-WAARDEN AANBIET

BEBINO®
Luiers maxi 4, 80 st.
Couches maxi 4, 80 pcs
11.99
per package assorti

BEBINO®
Luiers junior 5, 70 st.
Couches junior 5, 70 pcs
11.99
per package assorti

BEBINO®
Luiers midi 3, 45 st.
Couches midi 3, 45 pcs
4.99
per package assorti

VRAAG JE GRATIS ALDI BABY BAG NI AAN OP ALDI.be/baby. DEMANDER MAINTENANT VOTRE ALDI BABY BAG GRATUIT SUR aldi.be/baby.

SELECTA BIO® Bioscoop®
Nieuw uit formule, pureiten en versaf
koken extra bonen, peulzen et cranble

600 ml
2.49
11.99

Polage bio®
koken extra bonen, peulzen et cranble

400 g
2.49
11.99

CASA MORGANO® Biolasagne®
ca. 100% biologische ingrediënten
koken uit bevroren en versaf

400 g
2.49
11.99

Lasagne bio®
composé d'ingrédients 100% bio,
cuisine extra biologique et légumes

10
1.99
11.99

TUPEL® FAM® Nuggets®
ca. 10 nuggets de poulet
ingrédients principaux, à préparer
dans le four ou la friteuse

4 x 50 g
2.49
11.99

EXCELLENCE® Camembert-kaaskroketten, 4 st.*
handgemaakt op basis van
Camembert, met 11% vet
aanvulling rijk aan eiwit
met een knoflook laagje

4 x 50 g
2.49
11.99

Croquettes de camembert, 4 pcs*
croquettes de fromage à base
de camembert, garnies dans
un sauc aux oignons et herbes
de campagne croquante

De prijzen zijn de laatste verkopen. Prijzen & foto's kunnen verschillen van deze catalogus. De prijzen zijn gebaseerd op de prijzen van de vorige editie van de catalogus. De prijzen zijn gebaseerd op de prijzen van de vorige editie van de catalogus.





vanaf ZAT 19/10
à partir du SAM

**Plantentip
idées
plantées**

Bien-être en balnéaire
points d'intérêt et d'attrait

100% naturel
sans pesticides
sans produits chimiques

1 x par semaine
1 x par semaine

Alterheiligcompositie
leuze uit verschillende plantensoorten

Composition de Toussaint
choix entre différentes compositions florales

5.99
per subspijze

vanaf ZAT 19/10
à partir du SAM

ACTIVE TROUSSE®
Fleecvest voor heren
polyester, spijkoven met rits, moule uit 2 kleuren, moule M tot XL

14.99
per subspijze

Veste en polaire pour hommes
polyester, poche intérieure à fermeture éclair, moule M et XL, 2 couleurs, moule M & XL

17.99
per subspijze

Wandelschoenen voor heren
Nieuw model uit leer met textiel, 1796-toppen, moule 37 tot 42

24.99
per paar/la paire

Wandelschoenen voor dames
Nieuw model uit leer met textiel, ultralichte veters, sokken met 2 kleuren, 1796-toppen, moule 37 tot 42

24.99
per paar/la paire

Handschoenen, 2 paar
acryl/polyester/nylon, leuze uit verschillende kleuren voor kinderen, dames en heren, One-Size-per-fittest

2.99
per paar/la set

Muts
acryl/polyester, extra warm dankzij voering uit confiteuse, leuze uit 4 modellen voor heren (1), 2 modellen voor kinderen (2) en 1 model voor dames (3)

Bonnet
acryl/polyester, particulièrement chaud grâce à la doublure en polaire coral, choix entre 4 modèles pour hommes (1), 2 modèles pour enfants (2) et 1 modèle pour dames (3)

6.99
per subspijze

Wandelschoenen voor heren
Nieuw model uit leer met textiel, ultralichte veters, sokken met 2 kleuren, 1796-toppen, moule 41 tot 45

24.99
per paar/la paire

Chaussures de randonnée pour hommes
dessus en cuir et textile, semelle intérieure amovible, respirante, imperméabilisée et coupe-vent, membrane THERTEX, semelle d'usure de PHYKORTEX, postures 41 & 45

24.99
per paar/la paire

Chaussures de randonnée pour dames
dessus en cuir et textile, semelle d'usure en TPE, postures 37 & 42

24.99
per paar/la paire

ALDI | 13





Espace fraîcheur



Poires Durondeau
en vrac
Origine : Belgique.

1,39 €/kg



Zespri
Kiwis Green Jumbo
7 pièces
Origine : Nouvelle-Zélande.

4,89 €



Pommes Boskoop
en vrac
Origine : Belgique.

2,69 €/kg

Boucherie

Les prix peuvent être encore plus bas dans votre magasin

Comme nous réagissons chaque jour aux prix et promotions des autres magasins, nous sommes en mesure de proposer également les prix dans votre Colruyt peuvent être encore plus bas que ceux de ce dépliant.

Vous pouvez consulter les prix actuels de votre magasin via l'app MyColruyt, ou sur colruyt.be, ou appeler notre Service Clientèle (02 345 2345).

Le prix du filet de poulet varie beaucoup actuellement. Mais chez Colruyt, vous le trouverez toujours aux meilleurs prix.



Everyday
filet de poulet
± 1 kg

5,95 €/kg

Springue sans os

LES MEILLEURS PRIX

POUR LA VIANDE, LES FRUITS ET LES LÉGUMES AUSSI

Colruyt est membre du réseau de magasins de supermarchés de Colruyt Group, le leader belge de la vente au détail alimentaire. Colruyt Group est une entreprise à but non lucratif qui a pour objectif de garantir la fraîcheur et la qualité de ses produits. Colruyt Group est une entreprise à but non lucratif qui a pour objectif de garantir la fraîcheur et la qualité de ses produits. Colruyt Group est une entreprise à but non lucratif qui a pour objectif de garantir la fraîcheur et la qualité de ses produits.

Valable du 23/10 au 5/11/2019 inclus.

meilleurs prix



notre assortiment de *fin d'année* ons *najaars* assortiment



EXCELLENCE®

Macarons, 12 pcs

légers et croustillants, avec meringue aux amandes, 4 saveurs: framboise, chocolat, pistache et vanille

Macarons, 12 st.

licht en knapperig, met amandelingue in 4 smaken: framboos, chocolade, pistache en vanille

3.49

132 g. (26.44/kg)



EXCELLENCE®

Mini-éclairs ou minichoux

choix entre 12 mini-éclairs au chocolat (200 g) et 20 minichoux à la crème (250 g), qualité belge

Mini-éclairs of minisoesjes

keuze uit 12 mini-éclairs met chocolade (200 g) en 20 minisoesjes met room (250 g), Belgische kwaliteit



1.49

200 g / 250 g



EXCELLENCE®

Minibavarois, 12 pcs

légers et onctueux, couche supérieure de fruit (framboise, citron, fruit de la passion) et de chocolat (chocolat au lait, chocolat blanc, chocolat noir)

Minibavarois, 12 st.

luchtig en romig, toplaag van fruit (framboos, citroen, passievrucht) en chocolade (melkchocolade, witte chocolade, pure chocolade)

5.99

12 x 30 g. (116.64/kg)



EXCELLENCE®

Coupes de glace italienne, 2 pcs

choix entre chocolat, cerise amarena, amaretto et caramel salé

Italiaanse ijscoups, 2 st.

keuze uit chocolade, amarenakers, amaretto en gezouten karamel

2.99

2 x 180 ml. (8.31/l)



EXCELLENCE®

Gâteau glacé

choix entre vanille/chocolat et vanille/mokka, qualité belge

Roomijstaart

keuze uit vanille/chocolade en vanille/mokka, Belgische kwaliteit

1.99

1.5 l. (1.33/l)



ALDI veille à l'environnement. Voilà pourquoi cette brochure a été imprimée sur du papier recyclé à 100 %. ALDI denkt aan het milieu. Daarom is deze folder gedrukt op 100% gerecycleerd papier.



42/19

Vous préférez lire notre dépliant en ligne ? Rendez-vous sur aldi.be.

Abonnez-vous à notre newsletter sur aldi.be. Téléchargez notre appli.

Lees je onze folder graag online? Surf dan naar aldi.be.

Schrijf je in op onze newsletter op aldi.be. Download onze app.

aldi.be





-15%

sur l'achat le plus cher
de votre ticket de caisse
(la ligne affichant le montant le plus élevé)

Remettez ce bon à la caisse.

Valable du mercredi 23/10 au mardi 5/11/2019 inclus.

meilleurs prix

15 % de réduction*
sur l'achat le plus cher
de votre ticket de caisse

1. Cette action est valable une seule fois sur l'achat le plus cher de votre ticket de caisse (la ligne affichant le montant le plus élevé). Ce peut être 1 article (1 bouteille de champagne, par ex.) ou plusieurs pièces d'un même article (2 bouteilles du même produit de lessive, par ex.).
2. Remettez ce bon à la caisse. La réduction sera automatiquement attribuée à la ligne affichant le montant le plus élevé de votre ticket de caisse.



(96)05119900

colruyt meilleurs prix

* Offre valable du mercredi 23/10 au mardi 5/11/2019 inclus contre remise de ce bon. L'opération valable sur l'ensemble des ventes dans les magasins Colruyt en Belgique et au Grand-Duché de Luxembourg et sur l'ensemble de la Belgique francophone. Une réduction ne peut être appliquée sur les bons d'achat et les cartes de fidélité. Cette action n'est pas valable sur les articles pour animaux, les jouets, les cartes cadeaux, les sacs cadeaux, les produits de nettoyage et sur l'ensemble des ventes effectuées à partir des ventes spéciales. Cette offre est limitée au catalogue. Cette action est valable uniquement pour les particuliers, et n'est pas valable sur les sociétés.
* Offre valable du mercredi 23/10 au mardi 5/11/2019 inclus contre remise de ce bon. L'opération valable sur l'ensemble des ventes dans les magasins Colruyt en Belgique et au Grand-Duché de Luxembourg et sur l'ensemble de la Belgique francophone. Une réduction ne peut être appliquée sur les bons d'achat et les cartes de fidélité. Cette action n'est pas valable sur les articles pour animaux, les jouets, les cartes cadeaux, les sacs cadeaux, les produits de nettoyage et sur l'ensemble des ventes effectuées à partir des ventes spéciales. Cette offre est limitée au catalogue. Cette action est valable uniquement pour les particuliers, et n'est pas valable sur les sociétés.

2^e -50 %

1+1
GRATUIT
GRATIS

MA LUN 14/10 - ZAT SAM 19/10

colruyt meilleurs prix

n.v. Colruyt s.a.
Edingenssteenweg 196, B-1500 Halle
02 345 2345 colruyt.be

bpost
PB-PP/B-333
BELGIË/NL-BELGIË

-15%

sur l'achat le plus cher
de votre ticket de caisse
(la ligne affichant le montant le plus élevé)

Bon de réduction et conditions
dans cette enveloppe !

Prix Rouges et réductions du 23/10 au 5/11/2019 inclus.



MME CLAIRE VISTA
BOULEVARD ADOLPHE MAX 55
1000 BRUXELLES

B-M1-W2/1000-Reg-316/348 M
22638730 VI2219F.002_New

2
01294713487





ACTION
colruyt ^{meilleurs prix}

Valable du 23/10 au 5/11/2019 inclus

FESTIVAL DE LA BIÈRE

Gratuit!



Bière **10,65** €
(10,00 €/L)

Gratuit
1 verre Chimay

à l'achat de 2 emballages de
Chimay Bleue 9 % vol 8 x 33 cl ou
Triple 8 % vol ou
Rouge 7 % vol 6 x 33 cl

Maximum 2 verres gratuits par ticket de caisse.
Combinez au choix.
Demandez vos verres gratuits à la caisse.
Jusqu'à épuisement du stock.

Gratuit!



Duvell **8,92** €
(3,38 €/L)

Gratuit
1 verre Duvell

à l'achat de 2 emballages de
Duvell 8,5 % vol 8 x 33 cl ou
Duvell Tripel Hop Citra 9,5 % vol 6 x 33 cl

Maximum 2 verres gratuits par ticket de caisse.
Combinez au choix.
Demandez vos verres gratuits à la caisse.
Jusqu'à épuisement du stock.

Gratuit!



Tripel Karmeliet **8,12** €
(8,10 €/L)

Gratuit
1 verre Tripel Karmeliet

à l'achat de 2 emballages de
Tripel Karmeliet 8,4 % vol 6 x 33 cl

Maximum 2 verres gratuits par ticket de caisse.
Demandez vos verres gratuits à la caisse.
Jusqu'à épuisement du stock.

☞ Avec votre app ou carte XTRA.

* + consignes.

Une bière brassée avec savoir se déguste avec sagesse





Nachis préparé
bœuf et porc

Boucheine

6,35 €/kg



Avec la collaboration de
LA HAUTE ÉCOLE LÉONARD DE VINCI

Foodin
action

www.foodinaction.com

vinci
HAUTE ÉCOLE LÉONARD DE VINCI

La Pyramide Alimentaire



Non-indispensables

Produits gras, sucrés et/ou salés, viandes transformées, boissons sucrées et/ou alcoolisées

En petites quantités

Matières grasses ajoutées

Modérément et varier les sources



Fruits à coque et graines

15 à 25 g par jour



Produits laitiers et alternatives végétales enrichies en calcium

250 à 500 g de lait ou équivalents laitiers par jour



VVPOLAV

(ou viandes, volailles, poissons, œufs, légumineuses, alternatives végétales)
Poisson et fruits de mer: 1 à 2 fois par semaine
Légumineuses: min. 1 fois par semaine
Viande rouge: max. 300 g par semaine



Féculents

À chaque repas - Min. 125 g de produits céréaliers complets par jour



Légumes

Min. 300 g par jour



Fruits

250 g par jour



Eau et boissons non sucrées

Eau à volonté



Activité physique



30 minutes de marche rapide (ou équivalent) par jour

© FOOD IN ACTION 2020



| | | |
|---------|---------------------------|---------------|
| ALDI | Couches maxi 4, 80 pcs | 12.99 |
| 16/10 | - 32% | 1 + 1 gratuit |
| Citrons | À partir du sam 19/10 | 6.99 |

| | | |
|-------------------------------|--------------------------|--------|
| Pommes de terre pour purée | - 29% 1.75 | le kg |
| Pain blanc suédois frais | Céleri-rave | 600 ml |
| par paquet | Chicons | 0.85 |