



**EMMER  
CLEVER**

ALDI Luxembourg S.A.

Parc d'Activités, 2-4

L-8308 Capellen

[media@aldi.lu](mailto:media@aldi.lu)

[www.aldi.lu](http://www.aldi.lu)

## Communiqué de presse

# Dépliant ALDI désormais consultable par le biais de briques de lait

Capellen, le 18 août 2022 – **Le dépliant d'ALDI Luxembourg pourra désormais être consulté par le biais d'un code QR sur ses briques de lait. Ainsi, le discounter veut augmenter l'accessibilité au dépliant numérique en tant qu'alternative au dépliant papier. ALDI est le premier détaillant luxembourgeois qui utilise les emballages de ses produits à cette fin.**

Le discounter ALDI Luxembourg innove les briques de lait de sa marque propre Milsa. En scannant un code QR sur le côté de la brique du lait écrémé, demi-écrémé et maigre, le consommateur accède directement à la version numérique du dépliant ALDI.

Cette innovation peut participer à la percée du dépliant numérique. Bien qu'il existe déjà depuis des années, seule une minorité trouve facilement le chemin vers le dépliant numérique. « Actuellement, la portée de notre dépliant numérique n'atteint qu'environ 10 % de la portée de notre dépliant papier », explique Benoit Denis, Director Marketing & Communication chez ALDI Luxembourg. « Le potentiel est cependant grand. Dès que les consommateurs trouvent le chemin vers le dépliant en ligne, il est parcouru pendant 3 minutes en moyenne. »

En intégrant un code QR sur ses briques de lait, qui donne directement accès au dépliant en ligne, ALDI souhaite réduire le seuil et encourager les consommateurs à lire le dépliant davantage par voie numérique.

Et le choix pour les briques de lait, n'est pas un hasard. Le lait est indispensable à différents moments de la journée : petit déjeuner, pause-café, goûter des enfants, en cuisine, etc. De plus, les briques de lait font partie des produits les plus vendus chez ALDI. Grâce au code QR sur celles-ci, le consommateur a toujours le dépliant ALDI à portée de main.

### Défis

« Le dépliant reste jusqu'à présent le canal de communication le plus important vers le consommateur », poursuit Mr. Denis. « Nous constatons que nos clients le considèrent comme un rendez-vous hebdomadaire apprécié. Surtout en cette période d'inflation, ils peuvent contribuer à protéger le pouvoir d'achat des consommateurs. »

Cependant, le dépliant publicitaire papier est confronté à de grands défis. Les frais d'impression et de distribution ont fortement augmenté ces dernières années. « En tant que discounter, il est absolument normal que nous réfléchissions en permanence à des manières pour réduire les coûts et pour garantir ainsi des prix aussi bas que possible pour nos clients », explique Mr. Denis.



**ËMMER  
CLEVER**

De plus, en 2024, des changements sont planifiés en ce qui concerne la distribution de dépliants en papier au Grand-Duché. ALDI a donc pris le taureau par les cornes et recherche de manière proactive des méthodes plus durables de consultation des dépliants publicitaires.

### **Phase pilote**

ALDI est le premier détaillant au Grand-Duché qui utilise les emballages de ses produits pour encourager le consommateur à consulter son dépliant numérique. « Ce que l'avenir de ce projet nous réserve, est encore incertain », conclut Mr. Denis. « Nous donnons à ce projet toutes les chances et tout le temps nécessaires pour l'évaluer en profondeur par la suite. » Actuellement, le dépliant ALDI en format papier continuera d'exister.

\*\*\*

Matériel visuel supplémentaire par le biais de ce lien : <https://we.tl/t-96pTvMjn0V>

Non destiné à la publication :

Pour plus d'informations, veuillez contacter :

**Jason Sevestre**

Porte-parole

E-mail : [media@aldi.lu](mailto:media@aldi.lu)

---

### **À propos d'ALDI Luxembourg :**

ALDI est le pionnier des discounters. Avec 18 magasins répartis dans tout le pays, ALDI Luxembourg touche une grande majorité de la population luxembourgeoise. Chaque jour, les 180 collaborateurs d'ALDI tiennent la promesse d'une qualité et fraîcheur supérieure à un prix ALDI bien connu.

ALDI Nord est l'un des principaux groupes internationaux de vente au détail. Le discounter se concentre sur les produits de haute qualité à bas prix. La clé du succès du groupe est son effectif de plus de 77 000 ALDI employés en Allemagne, en Belgique, au Danemark, en France, au Luxembourg, aux Pays-Bas, en Pologne, au Portugal et en Espagne.

Plus d'infos sur <https://www.aldi.lu>