



# COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Schwarzenbach, le 25.06.2026

## **Le commerce de détail suisse se demande une fois de plus: comment font-ils chez ALDI SUISSE?**

**Avec sa nouvelle campagne, ALDI SUISSE renforce sa position de leader en matière de prix dans le commerce de détail suisse. Pour la clientèle, cela se traduit par des prix bas durables. Mais comment le discounter suisse s'y prend-il, se demande une fois de plus la concurrence. La réponse est simple: pas d'application de fidélité, pas de points à cumuler, pas de chichi!**

ALDI SUISSE renoue avec ses racines de discounter. Derrière ce positionnement stratégique se trouvent des mesures adoptées par l'entreprise, que l'on peut résumer très simplement: le discounter suisse renonce à toutes les fioritures inutiles. Les économies réalisées profitent directement à la clientèle sous forme de prix avantageux.

### **Pas de pression sur les prix au sein de la chaîne d'approvisionnement**

Le discounter économise concrètement en supprimant les chichis, comme les programmes de fidélité onéreux, les emplacements où le loyer est élevé ou les articles de niche. Cela permet de réaliser des baisses de prix qui ne sont pas répercutées sur les producteurs. En effet, les partenariats équitables sont une priorité absolue pour ALDI SUISSE. Par ailleurs, le discounter met encore davantage l'accent sur les produits suisses dans sa sélection. Le résultat est un assortiment restreint, clairement orienté vers les besoins de la clientèle, avec les prix les plus bas du marché suisse, y compris pour les produits BIO. Les marques propres permettent notamment à la clientèle de bénéficier de prix particulièrement avantageux.

### **Plus de 700 baisses de prix**

Depuis le début de l'année, ALDI SUISSE a réduit les prix de plus de 700 produits. Le discounter suisse a ainsi tenu, une fois de plus, la promesse faite à sa clientèle: ALDI SUISSE propose le meilleur rapport qualité-prix de Suisse. Cet engagement est clairement ancré dans l'ADN du discounter, reconnu depuis des années pour son principe du discount couronné de succès.

### **Un renoncement délibéré aux programmes de fidélité coûteux**

Plutôt que d'investir dans des programmes de fidélité, ALDI SUISSE préfère baisser durablement les prix. Le discounter ne demande pas de données personnelles et protège ainsi la sphère privée de sa clientèle. Celle-ci peut avoir la certitude d'obtenir à tout moment le prix le plus avantageux, sans avoir à divulguer ses données personnelles ni à se laisser influencer dans ses habitudes d'achat par un programme de fidélité. «Nos clientes et nos clients peuvent choisir librement ce qu'ils achètent. Ils n'ont pas besoin de cumuler des points ou de courir après les actions. Ils peuvent avoir confiance: ils obtiendront toujours le prix le plus avantageux», déclare Jérôme Meyer, directeur national d'ALDI SUISSE. «C'est ce à quoi nous nous engageons chaque jour, car nous sommes le véritable discounter de Suisse. Rien d'inutile, pas de chichi – simplement les prix les plus bas!»

### **Contact**

ALDI SUISSE AG  
Service de presse  
Niederstettenstrasse 3  
9536 Schwarzenbach

### **ALDI SUISSE AG**

Niederstettenstrasse 3 | 9536 Schwarzenbach | [aldi-suisse.ch](http://aldi-suisse.ch)



# COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Tél.: +41 71 980 20 10  
[media@aldi-suisse.ch](mailto:media@aldi-suisse.ch)

---

## À propos d'ALDI SUISSE

ALDI SUISSE AG est un détaillant suisse dont le siège social se trouve à Schwarzenbach (SG). Il fait partie du groupe d'entreprises ALDI SÜD qui possède des sites dans onze pays du monde entier. Depuis son entrée sur le marché en 2005, ALDI SUISSE ne cesse de développer son réseau de filiales dans toute la Suisse. Actuellement, l'entreprise exploite 242 filiales et emploie environ 3800 personnes. L'assortiment se distingue par une excellente qualité au meilleur prix. Dans les rayons ALDI, on trouve des produits suisses de qualité, une large offre de produits frais et le standard BIO le plus élevé sur le marché suisse. De plus, ALDI SUISSE est synonyme d'équité, tant envers sa clientèle et ses partenaires qu'envers ses collaborateurs/trices.