

**Méthodologie Publicité comparative - Chariots comparatifs**  
**Sur la base de relevés de prix drive (sur internet) pour les concurrents**  
**Et sur la base de prix supermarchés pour Lidl**

La présente méthodologie détermine les critères pris en compte pour l'analyse des écarts de prix entre enseignes, dans le cadre de la publicité comparative « Chariots comparatifs » dont Lidl est à l'initiative. Il sera notamment détaillé les éléments suivants :

- Les enseignes concurrentes citées dans la publicité comparative disposent de drives.  
Les prix des enseignes concurrentes ont fait l'objet d'une extraction des sites internet de leurs drives permettant de disposer pour les prix de vente consommateurs TTC, d'une source fiable à un jour fixe.
- Les prix des enseignes concurrentes et ceux de Lidl sont relevés à date fixe, le même jour.
- Les prix de Lidl ont fait l'objet d'une extraction des fichiers de caisse. Il est précisé que Lidl est une enseigne 100 % intégrée, pratiquant une politique de prix unique « toute France\* », assurant à l'analyse une base de comparabilité homogène (\*métropolitaine).
- Lidl détient 1600 supermarchés dont 60% d'entre eux ont une surface de vente comprise entre 300m<sup>2</sup> et 1000m<sup>2</sup>, et 40% d'entre eux ont une surface de vente comprise entre 1000m<sup>2</sup> et 1700m<sup>2</sup>.

## **I) Définition des termes utilisés**

Les termes suivants sont préalablement définis :

**Distribution numérique (DN) :** la notion de distribution numérique (DN) correspond aux pourcentages des drives qui détiennent l'article par rapport au total des drives qui constituent le parc de l'enseigne concernée. Par exemple, si un produit est détenu dans 45 drives d'une enseigne sur un nombre total de 150 drives pour la même enseigne, la DN sera de 30%.

Pour les besoins de l'étude, seuls les produits ayant une distribution numérique supérieure à 30% sont pris en compte.

**Marque de distributeur (MDD) :** marque de l'enseigne de grande distribution que l'on retrouve uniquement dans les rayons de l'enseigne titulaire de la marque (ex : Envia est une MDD Lidl).

Seuls sont pris en compte dans la présente analyse, les produits MDD de chacune des enseignes qui correspondent aux 2 critères objectifs et vérifiables listés dans la présente méthodologie.

**Drive :** désigne tous les drives alimentaires en France Métropolitaine accolés ou non aux magasins. Sont exclus du périmètre les drives piétons (Leclerc Relais, Carrefour piéton, ...) et les drives de magasin de proximité. Les enseignes de proximité exclues sont Leclerc Express, Carrefour City/Contact/Express, Intermarché Express/Contact, U express/Marché U.

## **II) Périmètre de l'analyse comparative**

- La comparaison est centrée sur les références de produits alimentaires de grande consommation hors produits frais traditionnels disponibles dans les rayons à la coupe (fruits, légumes, boucherie, volaille, traiteur, fromage à la coupe, poissonnerie, boulangerie, viennoiserie et pâtisserie) et produits non alimentaires.

- La comparaison est réalisée sur les 4 univers produits suivants :
  - Epicerie (sucrée/salée)
  - Produits frais libre-service
  - Liquides
  - Droguerie Parfumerie Hygiène (DPH)
- Comparaison de prix sur la base du nombre de produits suivants :

Enseigne	Nombre de produits MDD
E.Leclerc	25
Intermarché	32
Coopérative U	29
Carrefour Hypermarché	35

- Date de relevé : le 13 novembre 2025

La comparaison s'effectue sur les prix relevés sur internet sur les sites drive des enseignes ci-dessous :

- E.Leclerc
- Intermarché
- Coopérative U
- Carrefour Hypermarché

Il est précisé que le produit est comparé dès lors qu'il est présent dans le drive de l'enseigne concurrente, qu'il s'agisse d'un drive magasin ou d'un drive entrepôt.

La liste des produits comparés par enseigne est disponible sur le lien ci-après : <https://www.lidl.fr/c/lidl-est-moins-cher/s10027822?srsId=AfmBOooflj442dQQzhTPPWAw-9pjMslauST7yOgd0mKUKQXgc8TgrfHY>

- Les prix relevés pour Lidl sont ceux extraits des fichiers de caisses le même jour que ceux extraits des sites internet drive.

### III) Drives comparés

L'analyse porte sur l'ensemble des drives tels que définis au point I des 4 enseignes concernées, soit un total de drives selon la répartition ci-dessous :

Enseigne	Nombre de Drives comparés
E.Leclerc	765
Intermarché	1498
Coopérative U	780
Carrefour Hypermarché	292

La liste des drives comparés est disponible sur le lien ci-après <https://www.lidl.fr/c/lidl-est-moins-cher/s10027822?srsId=AfmBOooflj442dQQzhTPPWAw-9pjMslauST7yOgd0mKUKQXgc8TgrfHY>

#### **IV) Produits comparés**

Le périmètre des produits pris en compte dans l'analyse est composé de produits MDD uniquement.

- *Sélection des produits*

Les produits ont été définis et sélectionnés par les équipes Lidl, au sein des 4 familles de produits suivantes :

- Epicerie (sucrée/salée)
- Produits frais libre-service
- Liquides
- Droguerie Parfumerie Hygiène (DPH)

Les produits MDD Lidl sont comparés aux produits MDD comparables de l'enseigne concurrente le même jour. Les produits MDD n'ont été conservés dans la liste des produits comparés que si d'une enseigne à l'autre, ils remplissent les 2 critères objectifs et vérifiables listés ci-dessous pour être comparables.

Dans ces cas seulement, une table de correspondance a été dressée entre des « code-barres » différents mais qui renvoient à des produits MDD comparables.

#### **V) Critères de comparabilité des produits MDD**

Les critères cumulatifs de comparabilité des produits MDD ont été définis par Lidl et le laboratoire assermenté SENSOR E PANEL, 12 rue Jacques Auriol, 63100 Clermont-Ferrand.

1. Matières premières comparables (ex : madeleine pur beurre et madeleine matières grasses végétales ne sont pas comparables)  
Et pour lesquels il n'y a pas de différence majeure dans la composition des ingrédients majoritaires. Avec pour précision : s'agissant de l'ingrédient phare que l'allégation produit pourrait mettre en avant, la liste des produits comparables ne retient que les produits Lidl présentant une garantie de qualité supérieure pour le consommateur (*exemple : un produit Lidl à base de lait origine France pourra être comparé à un produit concurrent à base de lait origine Union Européenne (UE) ou de lait origine France*). Dans le cas inverse, le produit Lidl ne serait pas retenu dans la liste des produits comparés.
2. Grammage (poids net) : le poids net du produit du concurrent ne doit pas être inférieur au poids net Lidl - 20%.  
*Exemple : Si le produit Lidl pèse 100g, le produit du concurrent ne doit pas être inférieur à 80g (100g -20% = 80g) pour être comparable.*

Les produits MDD ne remplissant pas les 2 critères cumulatifs précités sont exclus de l'analyse.

Le laboratoire SENSOR E PANEL garantit l'exacte comparabilité et le respect de ces critères.

#### **VI) La fiabilité, les contrôles ?**

La cohérence des prix relevés est systématiquement contrôlée.

Le prix de référence utilisé pour les calculs et les comparaisons est toujours le prix de vente TTC.

Les produits en promotion ayant un impact direct sur le prix payé par le consommateur (remises immédiates, 0 gaspi, soldes...) sont exclus de l'analyse, qu'ils soient vendus chez Lidl ou dans les enseignes concurrentes.

Les prix des produits dits « hors fourchette » sont exclus. Les prix sont considérés « hors fourchette » lorsque le prix est trop faible ou trop élevé en comparaison avec les autres offres d'un même article ou d'un même produit, sur la base des observations des 15 derniers jours précédant le 13/11/2025.

Cette méthode permet d'obtenir des bornes de prix minimum/maximum pour un même article ou produit afin de détecter les offres à supprimer.

## **VII) Comment sont relevés les prix ?**

### **- Par qui et comment ?**

Le relevé de prix a été effectué par une société indépendante, A3 Distrib SAS, 2 rue de la flèche 49300 Cholet, spécialisée dans le recueil d'information provenant des sites de drive alimentaires.

La société a reçu de la part de Lidl :

- Une liste de produits de marque distributeur comparables (répondant aux critères V), avec pour chaque produit les informations détaillées de la marque, du descriptif complet et du conditionnement.

Le relevé a été ensuite réalisé en récoltant à la date précise et pour les produits identifiés, l'ensemble des prix pratiqués par chacun des drives des enseignes concurrentes.

## **VIII) Quelle date de relevé ?**

Le relevé de prix est effectué le 13/11/2025 sur les sites internet des drives enseignes concurrentes et des fichiers de caisse Lidl.

## **IX) Quelle méthode de calcul des écarts prix entre enseignes ?**

Le calcul de l'écart des prix s'effectue en deux étapes :

- Etape 1 : Calcul des écarts sur chaque couple de produits comparables
- Etape 2 : Calcul de l'écart agrégé à l'enseigne

**La première étape** consiste à calculer l'écart de prix entre chaque couple comparable entre Lidl et ses concurrents. La méthodologie d'une comparaison de produit est la suivante :

- Pour une comparaison de produits retenue entre Lidl et un concurrent, le prix du produit chez Lidl est récupéré à partir d'une extraction des fichiers de caisse.
- Pour une comparaison de produits retenue entre Lidl et un concurrent, le prix moyen du produit chez le concurrent est calculé avec la formule suivante :

**Prix moyen concurrent** = Moyenne de tous les prix relevés sur chacun des points de vente du site drive du concurrent sur la journée du 13/11/2025

Le prix moyen du produit concurrent est arrondi à 2 chiffres après la virgule.

**La deuxième étape** consiste à faire la moyenne des écarts calculé en étape 1 de tous les produits comparés pour chacun des concurrents.

L'écart de prix total s'exprime en % avec un chiffre après la virgule.

Si l'écart est négatif, cela signifie qu'en moyenne Lidl est plus cher que le concurrent. Si l'écart est positif, cela signifie qu'en moyenne Lidl est moins cher que le concurrent.

**X) Demande d'informations**

Lidl reste disponible pour tout complément d'information à l'adresse suivante : [contact@Lidl.fr](mailto:contact@Lidl.fr)