

Publicité comparative
Méthodologie écart de prix entre enseignes
Sur la base de relevés de prix (site E-commerce)

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 dont Lidl est à l'initiative. Il sera notamment détaillé les éléments suivants :

- L'enseigne concurrente citée dans la publicité comparative est :
 - Action, qui dispose d'un site E-commerce, sur lequel elle propose des produits à la vente.
- Le prix des produits de l'enseigne concurrente ont fait l'objet d'un relevé et d'un constat, réalisé par un commissaire de justice, sur le site E-commerce, permettant de disposer pour le prix de vente consommateur TTC, d'une source fiable à une date précise.
- Les produits comparés, vendus par Lidl sur son site E-commerce, seront également disponible en magasin Lidl sur la période de l'opération et ce au même prix que sur son site E-commerce. 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 300m² et 1000m², et 40% d'entre eux ont une surface de vente comprise entre 1000m² et 1700m².

I) Périmètre de l'analyse comparative

- La comparaison est réalisée sur une référence de produits non-alimentaires.
- Comparaison de prix sur la base du nombre de produits suivants :

Enseigne	Nombre de produits comparés
ACTION	1

- Date de relevé : le 05 février 2026.

La comparaison s'effectue sur les prix relevés sur le site E-commerce de l'enseigne Action

La liste des produits comparés par enseigne est disponible sur le lien ci-après :
<https://www.lidl.fr/c/publicite-comparative/s10027822>

II) Produits comparés

Le périmètre des produits pris en compte dans l'analyse est composé de produits Marque de distributeur (marque appartenant à un distributeur, que l'on peut retrouver uniquement dans les rayons de magasins ou sur les sites E-commerce de cette enseigne).

Les produits vendus par Lidl sont comparés à des produits comparables de l'enseigne Action. Les produits ont été conservés dans la liste des produits comparés car ils remplissaient des critères objectifs et vérifiables listés ci-dessous pour être comparables.

Dans ce cas seulement, une table de correspondance a été dressée entre des produits différents mais comparables.

A noter que les produits sur le site E-Commerce de l'enseigne Action sont vendus à un prix unique et ce sur l'ensemble du territoire français.

III) Critères de comparabilité des produits

Les critères cumulatifs de comparabilité des produits sont les suivants :

Enseigne	LIDL	Action
Produit	Selle de vélo	Selle de vélo en mousse à mémoire de forme
marque	Crivit	Walfort
Prix	6,29€	6,99€
Couleur	Noir	Noir
Matière	mousse à mémoire de forme	mousse à mémoire de forme
charge maximale	120 kg	120 kg

IV) La fiabilité des prix

La cohérence des prix relevés est systématiquement contrôlée.

Le prix de référence utilisé est toujours le prix de vente TTC.

V) Comment sont relevés les prix ?

- Par qui et comment ?

Le relevé de prix a été réalisé et constaté par un commissaire de justice.

Le constat a été réalisé à une date précise pour les produits comparés et sur le site E-commerce de l'enseigne Action.