

Publicité comparative
Méthodologie écart de prix entre enseignes
Sur la base d'un relevé 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, AMAZON, dispose d'un site E-commerce, sur lequel elle propose, elle-même ou via des vendeurs tiers, 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 en magasin Lidl, seront également disponibles sur son site E-commerce sur la période de l'opération et ce au même prix qu'en magasin. 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
AMAZON	4

- Date de relevé : le 20 novembre 2025

La comparaison s'effectue sur le prix relevé sur le site E-commerce de l'enseigne AMAZON.

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

II) Produit comparé

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

Le produit vendu par Lidl est comparé à un produit comparable de l'enseigne concurrente. Le produit n'a été conservé dans la liste des produits comparés que si d'une enseigne à l'autre, il remplissait 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 comparables.

III) Critères de comparabilité des produits

Les critères cumulatifs de comparabilité des produits sont les suivants :

Enseigne	LIDL	AMAZON
Produit	Cafetière	Cafetière
Marque	Russel Hobbs	Russel Hobbs
Prix	29.99 €	42.99 €
Puissance	1100 W	1100 W
Capacité	1,25L	1,25L

Enseigne	LIDL	AMAZON
Produit	Mixeur plongeur	Mixeur plongeur
Marque	Russel Hobbs	Russel Hobbs
Prix	29.99 €	35.62€
Capacité	Bol hachoir 500 ml	Bol hachoir 500 ml

Enseigne	LIDL	AMAZON
Produit	Grille-pain double	Grille-pain double
Marque	Russel Hobbs	Russel Hobbs
Prix	29.99€	39.99€

Enseigne	LIDL	AMAZON
Produit	Séchoir tour	Séchoir tour
Marque	Vileda	Vileda
Prix	29.99€	53.68€
Capacité	30 m	30 m
dimensions	71 x 71 x 132 cm	71 x 71 x 132 cm

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 le produit sur le site E-commerce de l'enseigne concurrente.