

**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 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) 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.