

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 du produit de l'enseigne concurrente a 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.
- Le produit comparé, vendu par Lidl en magasin Lidl, sera également disponible 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).

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	1

- Date de relevé : le 03 octobre 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	Fer à repasser	Fer à repasser
Marque	Philips	Philips
Référence	DST2020/30	DST2020/80
Prix	19,99€	29,99 €
Puissance	2 000 W	2 000 W
Débit de vapeur	25 g/min	25 g/min
Fonction pressing	110 g/min	110 g/min
Capacité du réservoir	250 ml	250 ml
Défroissage vertical	Oui	Oui
Garantie	X ans	X ans

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.

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

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

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.