

**Publicité comparative « Pâte feuilletée »**  
**Méthodologie écart de prix entre enseignes**  
**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 « **Pâte feuilletée** » 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%.

**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 inclus du périmètre les drives piétons (Leclerc Relais, Carrefour piéton, ...) et les drives de magasin de proximité. Les enseignes de proximité incluses sont Leclerc Express, Carrefour City/Contact/Express, Intermarché Express/Contact, U express/Marché U.

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

- La présente comparaison est effectuée sur un seul produit : **Pâte feuilletée**.
- La comparaison s'effectue sur les prix relevés sur internet sur les sites drive des enseignes ci-dessous :
  - E.Leclerc drive
  - Intermarché drive
  - Courses U
  - Carrefour drive

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.

- Les prix relevés pour Lidl sont ceux extraits des fichiers de caisses les mêmes jours que ceux extraits des sites internet drive.
- Les prix sont comparés sur trois dates : le 6 décembre, le 13 décembre, le 20 décembre 2024.

### 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	849
Intermarché	1312
Courses U	824
Carrefour	1190

### IV) Produit comparé

Le produit LIDL comparé aux concurrents est le suivant : **204175 - Pâte feuilletée TOQUE DU CHEF 230 grammes.**

### 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) Les relevés prix**

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.

**Prix moyen concurrent** = Moyenne de tous les prix relevés sur chacun des points de vente du site drive du concurrent sur chaque journée

**Prix concurrent converti** = **[Prix moyen concurrent] \* [Poids moyen Lidl] / [Poids concurrent]**

**VII) La date de relevé**

Les prix sont relevés à trois dates : le 6 décembre, le 13 décembre, le 20 décembre 2024, sur les sites internet des drives enseignes concurrentes et issus des fichiers de caisse Lidl.