

04

Santé

En 2025

42 % des produits

alimentaires de marque de distributeur affichant un Nutri-Score sont classés A ou B

Objectif 2030

Atteindre 20 % de protéines végétales

dans notre assortiment

4.1

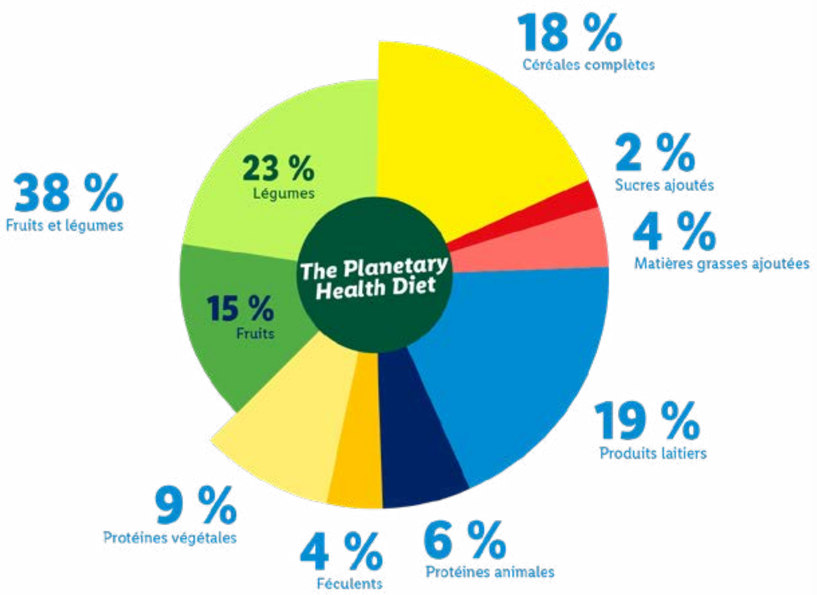
Alimentation plus saine et plus durable : faire évoluer notre offre selon les principes du Planetary Health Diet

L'alimentation joue un rôle majeur à la fois pour la santé publique et pour l'environnement. Le surpoids et l'obésité concernent aujourd'hui plus d'un milliard de personnes dans le monde (OMS). Dans le même temps, les systèmes alimentaires représentent près d'un tiers des émissions mondiales de gaz à effet de serre (FAO).

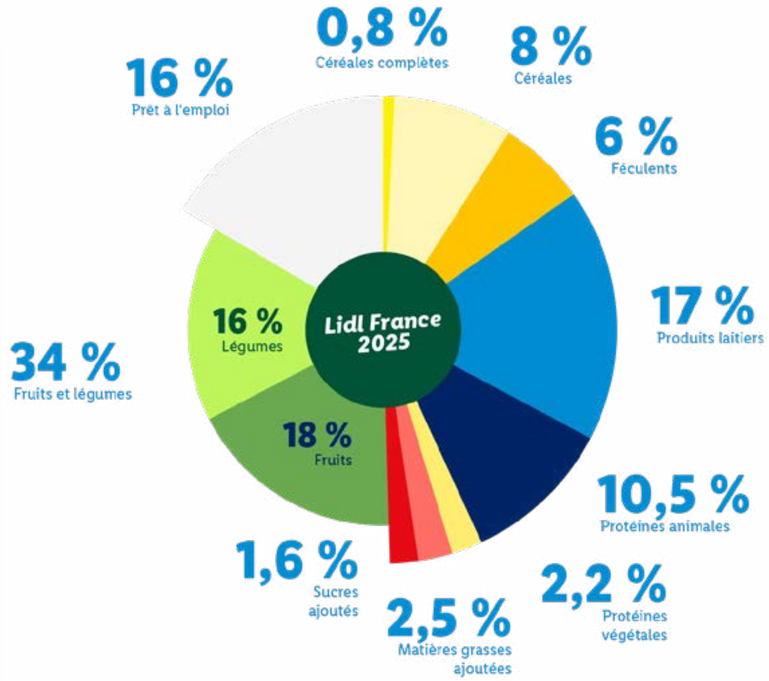
Pour répondre à ces enjeux, Lidl s'appuie sur les principes du Planetary Health Diet (PHD), modèle scientifique développé par la Commission EAT-Lancet. Son objectif est de concilier santé humaine et respect des limites planétaires en encourageant une alimentation plus riche en aliments d'origine végétale et plus diversifiée.

Afin de mesurer les évolutions de son assortiment, Lidl utilise la méthodologie développée par le WWF qui évalue la répartition des ventes et des protéines entre les différentes catégories alimentaires du PHD.

Modèle du Planetary Health Diet

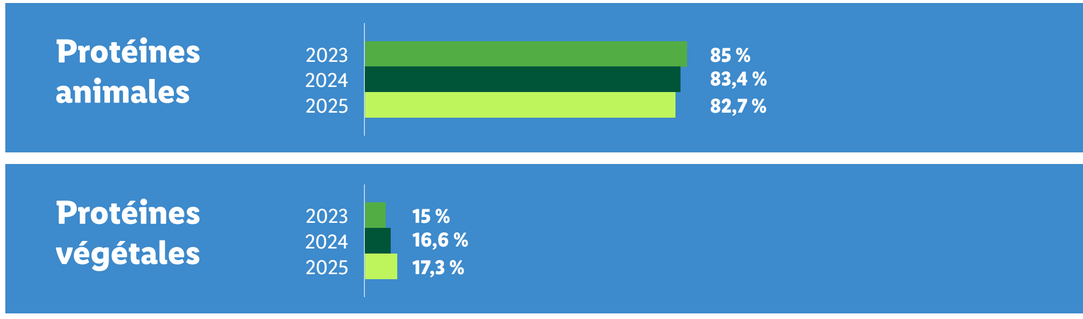


Assortiment de Lidl France en 2025



Les résultats sont utilisés pour identifier les leviers d'évolution de notre assortiment et augmenter progressivement la place des produits d'origine végétale, des légumineuses, des fruits à coque, des céréales complètes, des fruits et légumes… tout en facilitant l'accès des consommateurs à une alimentation équilibrée.

Évolution de l'assortiment chez Lidl France



4.2

Mieux informer les consommateurs grâce au Nutri-Score

Faciliter des choix alimentaires éclairés passe par une information claire et accessible. C'est pourquoi Lidl France poursuit le déploiement du Nutri-Score, qui permet aux consommateurs d'évaluer en un coup d'œil la qualité nutritionnelle des produits alimentaires grâce à une échelle allant de A à E.

Cet affichage complète les informations nutritionnelles réglementaires présentes sur les emballages pour rendre l'information plus lisible pour les consommateurs.

83 %*

des produits alimentaires de marque de distributeur affichent un Nutri-Score en 2025.
Parmi les produits affichant un Nutri-Score, **42 %** obtiennent une note A ou B**.

* Soit 20 points de pourcentage de plus chez Lidl France que la moyenne nationale. La part des produits alimentaires vendus en France portant le Nutri-Score s'élève à 63 % en 2025. *Source : Vie publique.*
** Données avril 2026, gamme permanente (hors produits en vente thématique hebdomadaire et produits saisonniers) et articles éligibles au Nutri-Score.





4.3

Focus sur les produits

Avec ses gammes Vemondo, Alesto et Bio, Lidl France élargit son offre de produits issus de l'agriculture biologique et d'origine végétale pour accompagner ses clients vers une alimentation plus diversifiée et équilibrée.

Nombre de produits certifiés Agriculture Biologique en 2025

442

(272 en gamme permanente et 170 en vente thématique hebdomadaire)







Yoann Cardon
Responsable de partenariats au WWF France

Travailler ensemble pour offrir des choix plus durables

4.4 Accompagner la transition de nos régimes alimentaires : interview avec le WWF France

Aujourd'hui, quel est le lien entre santé et environnement dans notre assiette ? En quoi le Planetary Health Diet répond-il à ces enjeux ?

Le lien entre santé et environnement dans notre assiette est de mieux en mieux établi. Nos choix alimentaires ont à la fois des conséquences sur notre santé et sur celle des écosystèmes dont dépend la production alimentaire. En France, l'alimentation représente environ 25 % de l'empreinte carbone nationale et exerce une pression importante sur les ressources naturelles, qu'il s'agisse des terres agricoles, de l'eau ou de la biodiversité.

C'est pourquoi les politiques publiques, à travers la SNANC et le PNNS*, cherchent à articuler les enjeux sanitaires, environnementaux et sociaux. L'objectif est clair : les consommateurs ne devraient pas avoir à choisir entre une alimentation bonne pour leur santé et une alimentation bénéfique pour la planète.
Dans ce contexte, le Planetary Health Diet (PHD) constitue un repère scientifique de référence. Il relie santé humaine et santé de la planète en proposant un cadre alimentaire compatible à la fois avec les besoins nutritionnels et les limites environnementales. Il offre une vision concrète pour accompagner la transition vers des systèmes alimentaires plus durables.

Quels seraient les leviers qui permettraient d'accompagner la transformation des systèmes alimentaires ?

La transformation des systèmes alimentaires repose sur trois leviers complémentaires. Le premier consiste à faire évoluer les pratiques alimentaires, en favorisant par exemple une consommation accrue de produits de saison, issus de l'agriculture biologique, et de viandes de meilleure qualité. Le deuxième levier porte sur l'offre, avec le développement de produits plus durables issus de pratiques agricoles plus vertueuses, notamment l'agroécologie. Enfin, la lutte contre le gaspillage alimentaire est essentielle : aujourd'hui, près de 30 % des aliments produits sont perdus ou gaspillés à un moment de la chaîne alimentaire.
Agir simultanément sur ces trois leviers permet de répondre à la fois aux enjeux de santé, d'environnement et de résilience des systèmes alimentaires.

Quel est l'objectif du partenariat entre Lidl et WWF ?

Le partenariat entre Lidl et le WWF vise à accompagner la transition vers des modes de consommation et de production plus durables. Structuré au niveau international dans les 31 pays où Lidl est présent, il s'inscrit autour d'une ambition commune : « Travailler ensemble pour offrir des choix plus durables » et permettre aux consommateurs de faire des achats plus respectueux de l'environnement.

Concrètement, le partenariat porte sur plusieurs priorités : la lutte contre la déforestation liée à certaines matières premières, la transformation de l'offre et des chaînes d'approvisionnement, la promotion d'une alimentation plus saine et plus durable à travers le rééquilibrage entre protéines animales et végétales, ainsi que le respect des droits humains dans les filières d'approvisionnement. Cela se traduit par exemple sur la filière cacao, par un travail d'accompagnement autour de l'amélioration de la traçabilité et la certification des approvisionnements de Lidl.

Le partenariat constitue un levier essentiel pour faire évoluer les pratiques à grande échelle, en agissant directement sur l'offre mise à disposition des consommateurs.
Enfin, nous avons créé des campagnes de communication communes visant à sensibiliser et engager les consommateurs vers une consommation plus durable, en rendant les enjeux plus lisibles et en valorisant des choix alimentaires plus responsables au quotidien.

*SNANC : Stratégie nationale pour l'alimentation, la nutrition et le climat / PNNS : Programme national nutrition santé