

05

Équité

En 2025

72 %
de nos achats alimentaires

sont réalisés auprès de fournisseurs français

97 %
des salariés

sont en CDI

5.1

Construire des filières plus équitables avec nos partenaires

La transition des filières agricoles et agroalimentaires ne peut être menée sans une rémunération plus juste des producteurs et un partage équilibré de la valeur au sein des chaînes d'approvisionnement.

En France, Lidl s'appuie notamment sur des partenariats de long terme avec ses fournisseurs et sur des dispositifs de contractualisation destinés à renforcer la viabilité économique des producteurs.

Des partenariats de long terme au service des filières françaises

En 2025 :

72 %

d'achats alimentaires réalisés auprès de fournisseurs français

55 %

auprès de partenaires alimentaires et non alimentaires présents à nos côtés depuis plus de quinze ans



15 000

journées de congés payés financées aux producteurs

entre 2021 et 2025 via le partenariat avec le Service de Remplacement.

Lidl France développe des contrats tripartites dans plusieurs filières agricoles françaises. Ces partenariats associent producteurs, transformateurs et distributeurs autour d'engagements définis collectivement sur plusieurs années.

En permettant aux producteurs de fixer le prix d'achat de leur produit selon le coût de production, les contrats tripartites leur garantissent une plus juste rémunération et une visibilité à moyen/long terme pour envisager par exemple, la réalisation d'investissements dans leur exploitation.

15 contrats tripartites lient Lidl France avec des acteurs des filières de bœuf, de porc, de lait et de pommes de terre, soit plus de 6 000 producteurs concernés en 2025.

En parallèle, Lidl soutient l'association Service de Remplacement afin de permettre aux producteurs partenaires de bénéficer de jours de congés payés. Lidl a ainsi financé 15 000 journées de congés payés entre 2021 et 2025, soit 1,2 million d'euros reversés.

5.2

Faire progresser le bien-être animal dans les filières d'élevage

En tant que distributeur, nous travaillons avec nos partenaires commerciaux afin de faire évoluer les pratiques d'élevage, de transport et d'abattage dans plusieurs filières animales.

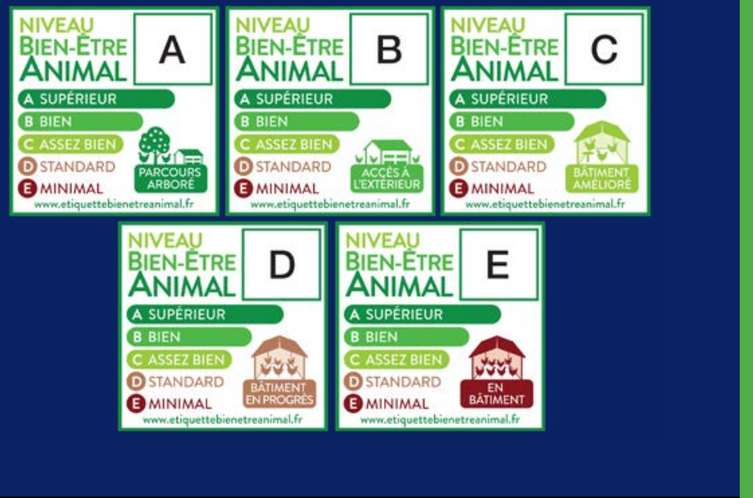
Notre démarche s'appuie sur les principes reconnus au niveau international, notamment les cinq libertés fondamentales du *Farm Animal Welfare Council* (FAWC) ainsi que les travaux du chercheur David J. Mellor relatifs aux cinq domaines du bien-être animal.

Lidl France promeut la transparence pour permettre aux consommateurs de mieux comprendre les conditions d'élevage : depuis 2020, Lidl France est membre de l'Association Étiquette Bien-Être Animal (AEBEA) et propose depuis 2023 une gamme complète de poulet étiquetée niveau C de l'AEBEA. Ce niveau constitue le premier palier garantissant de bonnes conditions de bien-être animal sur l'ensemble de la chaîne, reposant sur un référentiel de plus de 230 critères. Des poulets Label Rouge étiquetés A ou B sont également disponibles dans certains supermarchés.

En 2022, Lidl France a publié sa première politique Bien-Être Animal multifilières, élaborée avec des éleveurs partenaires, des fournisseurs, des ONG et des experts du secteur. Cette politique couvre notamment les filières porcine, volaille de chair, dindes, poules pondeuses et vaches laitières. Une révision est prévue à partir de 2026.

En savoir plus





Une plateforme dédiée au bien-être animal

Pourquoi ?
La diffusion des bonnes pratiques constitue un levier essentiel pour faire progresser durablement les filières d'élevage.

Concrètement ?
En 2025, Lidl France a lancé une plateforme d'information et de sensibilisation au bien-être animal, destinée principalement aux éleveurs, aux salariés des exploitations, aux acteurs des filières et aux industriels.

Cette plateforme est issue d'un travail de co-construction associant plusieurs instituts techniques agricoles, des chercheurs et des associations spécialisées dans la protection animale[1].

Résultat
Accessible gratuitement, la plateforme rassemble des études, fiches techniques, infographies, quiz, podcasts, photographies et vidéos consacrés aux pratiques d'élevage, à la prévention des risques et à l'amélioration du bien-être animal.

[1] Contributeurs : Institut de l'Élevage (bovins et ovins), IFIP (porc), ITAVI (aviculture), Chambre d'agriculture de Bretagne, VetAgro Sup, Welfarm et Compassion in World Farming (CIWF).

5.3

Favoriser l'inclusion, la diversité et la solidarité

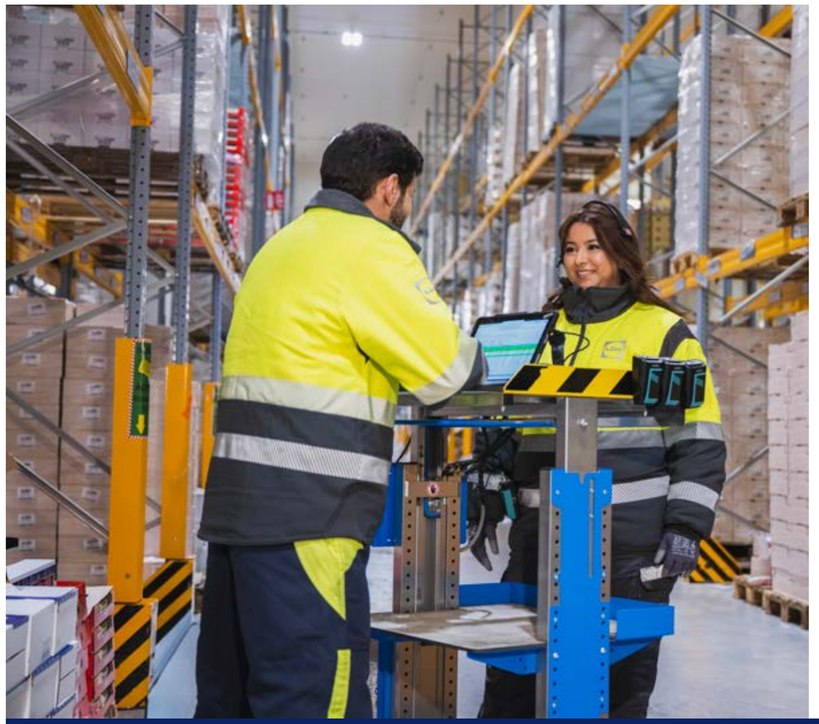
Les collaborateurs constituent le premier moteur de l'activité de Lidl France. Au-delà du respect des droits du travail garantis par la loi, nous nous engageons à créer un environnement de travail où nos collaborateurs se sentent valorisés et peuvent pleinement exprimer leur potentiel.

En 2025 :

45 000 salariés

97 % de salariés en CDI

12 300 nouveaux collaborateurs recrutés



La campagne de Noël avec la Croix-Rouge

Pourquoi ?
La précarité alimentaire continue de toucher un nombre important de ménages en France. Face à cette situation, Lidl France renouvelle en 2025 une opération de solidarité.

Concrètement ?
À l'occasion des fêtes de fin d'année 2025, pour chaque achat du petit modèle de la fleur « Étoile de Noël », mis en vente à partir du 27 novembre 2025, 0,50 € sont reversés à l'association afin de soutenir ses actions de lutte contre la précarité alimentaire.

Résultat
Près de 100 000 étoiles de Noël vendues et 50 000 € collectés.

Favoriser la diversité et l'égalité des chances

La diversité des parcours, des profils et des expériences constitue un levier de performance et d'innovation pour l'entreprise.

Lidl France poursuit ses actions pour renforcer la représentation des femmes dans les fonctions d'encadrement et de direction. Cette démarche s'inscrit dans les engagements pris par le groupe Lidl, notamment à travers l'adhésion au réseau international LEAD et la signature des Women's Empowerment Principles des Nations Unies.

En 2025, les femmes représentent

43 % des cadres

17 % des cadres supérieurs

89/100
à l'index de l'égalité professionnelle femmes-hommes en 2025



Agir pour l'inclusion des personnes en situation de handicap

Lidl France poursuit ses actions en faveur de l'emploi et du maintien dans l'emploi des personnes en situation de handicap. En 2025, le taux de collaborateurs bénéficiant d'une reconnaissance de la qualité de travailleur handicapé (RQTH) atteint 5,98 %, proche de l'obligation légale fixée à 6 %. L'entreprise développe des solutions concrètes d'adaptation des postes de travail afin de répondre aux besoins individuels des collaborateurs : équipements spécifiques, aides visuelles, matériels ergonomiques ou aménagements organisationnels.

Le DuoDay, une journée de partage

Pourquoi ?
Favoriser la rencontre entre le monde du travail et les personnes en situation de handicap constitue un levier pour l'inclusion.

Concrètement ?
Lidl France participe au dispositif national DuoDay, qui permet à des personnes en situation de handicap de découvrir un métier aux côtés de collaborateurs volontaires.

Résultats
En 2025

731 duos formés

Lidl France est la **première entreprise privée en France** en nombre de duos constitués.

Najiba, responsable de supermarché à Drancy, après un accident professionnel

“Après mon accident, Lidl France m'a attribué un supermarché de plus petite superficie pour que je puisse être plus à l'aise et limiter les déplacements. J'ai également bénéficié d'une chaise adaptée à mon dos et d'un repose-pieds. Aujourd'hui, j'ai plus de résultats qu'avant. Une personne en situation de handicap n'est pas un frein pour l'entreprise.”

Loïc, opérateur logistique, après un arrêt cardiaque

“À la suite de mon accident, Lidl France m'a proposé un nouveau poste au sein du secteur recyclage. Le poste n'existait pas encore : on m'a donné l'opportunité de le construire et il a ensuite été déployé dans toute la France. C'est valorisant de pouvoir continuer à travailler dans un poste adapté à sa situation.”