

Lidl France élue "Top Enseigne 2026" une distinction qui consacre la stratégie prix et proximité



Communiqué de presse, 5 décembre 2025

Lidl France annonce aujourd'hui avoir remporté le prix prestigieux de "Top Enseigne 2026" dans la catégorie Supermarchés, lors de la deuxième édition du Baromètre de l'attractivité des enseignes françaises, réalisé par Ipsos pour Bonial. Cette récompense, décernée sur la base des votes de 10 000 Français, vient souligner l'efficacité de la stratégie de l'enseigne axée sur le rapport qualité-prix et l'expérience client simplifiée.

Un succès fondé sur l'attractivité commerciale



L'étude Ipsos/Bonial, qui évalue 42 enseignes de l'alimentation générale selon 11 critères, place Lidl en tête de la catégorie Supermarchés, devançant Super U et Intermarché Super. L'indice moyen du secteur Supermarchés s'établissant à 16,3, Lidl se démarque avec un score de 23,8.

Les résultats confirment que Lidl domine sur l'ensemble des critères liés aux prix (attractivité et rapport qualité-prix) et aux promotions (utilité, générosité et fréquence). L'enseigne est aussi perçue par les Français comme l'enseigne la plus facile d'accès et où l'expérience d'achat est la plus satisfaisante.

Le prix a été reçu par Anouck Paumard,
Directrice Corporate Affairs de Lidl
France

« Recevoir le prix de 'Top Enseigne 2026' est une immense fierté. C'est la reconnaissance de notre positionnement : celui du plus grand discounter en France à proposer les prix les plus bas du marché. Ce trophée est une puissante motivation pour les 46 000 collaborateurs Lidl en France, de continuer de garantir chaque jour le meilleur rapport qualité-prix à nos clients. Je tiens à remercier sincèrement tous nos clients et nos collaborateurs en supermarché, dont le soutien et l'engagement sont le moteur de cette performance. » a déclaré **Anouck Paumard, Directrice Corporate Affairs de Lidl France.**

A PROPOS DE LIDL

Depuis 36 ans, Lidl est un acteur majeur de la distribution en France, partenaire du quotidien des consommateurs. Avec sa signature « Lidl, ça vaut le coup », l'enseigne affirme son engagement en faveur du pouvoir d'achat, de la responsabilité sociale et environnementale, et de la transparence tarifaire. Aujourd'hui, Lidl compte 1 600 supermarchés et 46 000 collaborateurs en France. Son offre repose sur un assortiment sélectionné, composé à près de 90 % de marques de distributeur, garantissant le meilleur rapport qualité-prix, dans le respect d'une politique de prix uniformes sur tout le territoire.