

Emplois des jeunes et insertion professionnelle chez Lidl et dans le monde agricole



Communiqué de presse récapitulatif du 25 février - SIA 2026

26/02/2026

Lidl a consacré la 5^e journée du SIA à l'insertion des jeunes sur le marché de l'emploi, notamment à travers une table ronde intitulée "Comment orienter davantage les jeunes vers les métiers qui recrutent et les secteurs en tension ?"

La journée a également été marquée par le renouvellement du partenariat avec Les Entreprises S'engagent et la signature de contrats tripartites avec OPALE, le porc Label Rouge, et la fromagerie Chavegrand.

Un engagement quotidien en faveur de la cohésion sociale et du dynamisme local

Lidl joue un rôle actif dans l'intégration mais aussi l'évolution professionnelle de ses 46 000 collaborateurs à travers une politique RH volontariste notamment en matière d'inclusion. L'insertion des jeunes sur le marché du travail fait partie intégrante des engagements de l'enseigne à travers l'alternance, la promotion interne ou l'emploi d'étudiants avec 5 800 étudiants accueillis chaque année dans l'entreprise. Ils constituent un outil essentiel pour valoriser les métiers de la grande distribution trop souvent perçus comme une étape dans un parcours professionnel et non un choix de carrière.

Insertion des jeunes sur le marché du travail : les leviers d'un accompagnement efficace

La table-ronde modérée par Anouck Paumard sur le thème "Comment aider nos jeunes à s'insérer sur le marché de l'emploi ? » a réuni Samir Guerza, Directeur de mission QPV / Ruralité de France Travail, Roland Grimault, Directeur Général de L'Union Nationale des Maisons Familiales Rurales (UMFR), Adeline Martin, responsable de service chez Lidl France et François Leroux, Directeur exécutif des Ressources Humaines de Lidl France.

Les intervenants ont ainsi souligné un constat préoccupant en France : un taux de chômage des jeunes supérieur à la moyenne nationale et des entreprises qui peinent parfois à recruter et à trouver des talents pour les faire grandir.

Dans le monde agricole, ce sont plus de 200 000 projets d'embauche par an, avec près de 46 % des employeurs qui anticipent de fortes difficultés à recruter. Dans la grande distribution, le constat est identique : le secteur fait face à un déficit d'image alors que les besoins n'ont jamais été aussi vitaux.

Pour Samir Guerza, les jeunes sont pourtant « l'avenir de notre nation ». Il observe une mobilisation croissante des entreprises — TPE, PME et grands groupes—via notamment leur engagement au sein de la communauté Les Entreprises s'engagent, dont Lidl est membre. Selon lui, les leviers d'actions sont clairs : restaurer la confiance entre jeunes et entreprises,

renforcer la formation sur le plan académique et métier et garantir un accompagnement régulier pour permettre aux jeunes de progresser et de rester dans l'emploi.

Table ronde « Comment aider nos jeunes à s'insérer sur le marché de l'emploi ? »



Il insiste également sur la nécessité de rendre visibles les secteurs qui recrutent — agriculture, grande distribution, services à la personne — et de développer des partenariats territoriaux, notamment avec les Maisons Familiales Rurales, pour changer le regard porté sur ces métiers.

La question de la reprise des exploitations, dont une sur deux devra être transmise d'ici 2030, a aussi été abordée. Pour Roland Grimault, les MFR jouent un rôle crucial en misant sur l'alternance et en formant aussi bien les jeunes ruraux que les urbains. Il observe une dynamique commune : « Les jeunes, issus des quartiers prioritaires ou des zones rurales, ont aujourd'hui les mêmes envies, les mêmes ambitions. L'énergie est la même : il faut y croire, toutes les solutions sont possibles. »

Les entreprises jouent un rôle clé dans l'accompagnement des plus jeunes. Elle peut ainsi devenir un véritable ascenseur social, une société miniature où l'on évolue professionnellement et civiquement selon Samir Guerza. François Leroux est ainsi revenu sur les possibilités offertes par l'enseigne dans l'accompagnement des jeunes pour faire carrière dans la grande distribution et donner l'ambition d'une trajectoire professionnelle. Lidl mène une politique RH favorisant la formation, en collaboration avec France travail, mais aussi la promotion interne, véritable moteur de progression et l'alternance. Avec plus de 800 alternants, Lidl affiche un taux de conversion particulièrement élevé : un alternant sur deux intègre l'entreprise en CDI.

Un point illustré par le témoignage inspirant d'Adeline Martin, issue d'un milieu agricole et aujourd'hui responsable de service chez Lidl : « L'entreprise m'a formée, y compris à l'étranger en Allemagne et aux Pays-Bas. Je suis fière de ce parcours car Lidl m'a toujours offert des opportunités d'évolution, qu'elles soient verticales ou transverses ».

Renouvellement du partenariat Lidl & les Entreprises S'engagent



L'association Les Entreprises S'engagent est la première alliance public-privé dédiée à l'engagement des entreprises. Elle fédère un large réseau d'acteurs autour de programmes d'intérêt général portant sur des enjeux variés tels que l'emploi des personnes en situation de handicap, la sobriété énergétique, ou encore l'insertion des jeunes.

L'adhésion de Lidl contribue à accélérer la mise en œuvre d'actions concrètes autour de trois axes prioritaires : l'emploi des jeunes, via le recrutement d'apprentis et d'étudiants en CDI, ainsi que le développement du mentorat, l'emploi des seniors, grâce à des projets pilotes visant à favoriser leur recrutement et leur maintien dans l'emploi ou encore l'insertion des bénéficiaires du RSA, via des expérimentations menées dans 19 territoires pour faciliter le retour à l'emploi. Lidl est par ailleurs reconnu comme un acteur clé au sein de la communauté pour son engagement en faveur des quartiers prioritaires de la ville (QPV), des personnes en situation de handicap, du recrutement par le sport.

Fort de cet engagement, Lidl a renouvelé, ce mercredi 25 février, ce partenariat initié en 2023 auprès de la communauté « Les entreprises s'engagent » en présence de Thibaut Guilluy, Directeur général de France Travail et Président de la Communauté « Les entreprises s'engagent », Sylvain Reymond, Directeur général de la Communauté « Les entreprises s'engagent », et François Leroux, Directeur des Ressources Humaines de Lidl France.

Renouvellement du contrat tripartite avec OPALE Porc et Chavegrand camembert



Lidl a également renouvelé deux contrats tripartites avec le groupement OPALE, d'une part, et avec la Fromagerie Chavegrand d'autre part. En contrat avec Lidl depuis 2016, OPALE, groupement de 150 producteurs de porcs Label Rouge, propose chez Lidl 8 références en viande fraîche et 3 références de charcuterie, qui approvisionnent 780 supermarchés Lidl dans l'Ouest de la France. Quant à la fromagerie Chavegrand et l'association des Producteurs de lait du Bassin Centre qui l'approvisionne, elle livre les 1600 supermarchés Lidl du territoire avec un camembert en tripartite qui intègre 71 éleveurs.

Trophée Partenaire Cant'Avey'Lot'



Enfin, Lidl a gagné un trophée partenaire remis par la marque de lait équitable Cant'Avey'lot', coopérative de 30 fermes laitières Partenaire depuis 2020, ce trophée marque la fidélité depuis plusieurs années entre Lidl et la coopérative.

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.