

Lidl France choisit Havas Paris pour piloter sa stratégie de communication globale, d'influence et d'engagement



Communiqué de presse, 11.06.2026

A l'issue d'une compétition fermée, Lidl France annonce avoir retenu le groupe Havas Paris pour piloter sa réputation. L'agence globale accompagnera le déploiement de la feuille de route stratégique de la direction Corporate Affairs de l'enseigne à travers un prisme unique regroupant les expertises Communication corporate, réseaux sociaux, influence et Affaires Publiques. Cette collaboration marque une étape-clé dans l'organisation de la communication de l'enseigne, qui a annoncé un objectif stratégique de 10% de part de marché à horizon 2030.

Un interlocuteur unique pour maximiser la transversalité et l'efficacité

Jusqu'alors accompagnée par plusieurs acteurs sur ses différents leviers institutionnels, la Direction Corporate Affairs de Lidl France a fait le choix de la centralisation. L'objectif est double : gagner en lisibilité et en efficacité d'une part, et avoir un partenaire unique capable d'assurer une transversalité parfaite entre l'ensemble des pôles stratégiques d'autre part.

Havas prend ainsi la responsabilité d'un périmètre global et intégré, combinant la communication globale de l'enseigne, l'influence et l'engagement. À ce titre, l'agence pilotera les relations presse produit et corporate ainsi que la stratégie sur les réseaux sociaux institutionnels de l'entreprise. Elle assurera également une mission de conseil stratégique, de veille législative et réglementaire, tout en développant les relations avec le monde institutionnel. Enfin, Havas aura pour rôle de valoriser les engagements structurants de l'enseigne et son impact social et sociétal auprès de l'ensemble de ses parties prenantes.

Accompagner les ambitions et faire rayonner la voix de Lidl France

L'agence aura pour mission principale de soutenir le déploiement opérationnel de la nouvelle feuille de route de la direction Corporate Affairs auprès des différents publics.

En tant que premier discounter, l'enseigne française place la défense du pouvoir d'achat au cœur de son modèle, tout en valorisant le quotidien et l'engagement de ses 46 000 collaborateurs en France. Cet engagement humain s'accompagne d'un ancrage local fort, d'un assortiment réduit dans ses magasins et majoritairement français, fondé sur des relations de confiance durables avec les fournisseurs et le monde agricole. Enfin, l'enseigne inscrit sa croissance dans une démarche écoresponsable rigoureuse, en s'appuyant sur des

données scientifiques pour mesurer et piloter concrètement son impact sur l'environnement et les territoires.

« Pour accompagner notre nouvelle gouvernance et relever les défis d'un secteur de la grande distribution en constante mutation, nous avons besoin d'un partenaire solide, agile et doté d'un fort réseau d'influence. Havas a su faire la différence par la pertinence et l'originalité de sa recommandation, ainsi que par sa capacité à briser les silos traditionnels entre RP, Affaires Publiques et RSE. Ensemble, nous allons donner une nouvelle dimension à la voix de Lidl en France. », déclare Anouck Paumard, Directrice Corporate Affairs de Lidl France.

À propos de Lidl France

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 1 630 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.

À propos de Havas