

En route pour devenir la marque leader du snack en Europe : Alesto dévoile sa nouvelle identité visuelle, axée sur la qualité et le plaisir équilibré



Communiqué de presse, 13/07/2026

Alesto, la marque de fruits secs et d'oléagineux de Lidl, opère un tournant stratégique majeur. Au cœur de cette transformation : l'émergence d'une identité unique, faisant évoluer Alesto d'une marque classique vers une signature moderne axée sur le plaisir et l'art de vivre. Grâce à un positionnement affiné et de tous nouveaux packagings, Alesto se réinvente. Ce nouveau concept met l'accent sur la qualité, le bien-être et la gourmandise saine, installant la gamme au croisement du plaisir équilibré.

Le plaisir premium au juste prix : la nutrition saine à la portée de tous



Qu'il s'agisse d'un coup de boost avant une séance de sport, d'un en-cas au bureau ou d'un moment de détente devant une série sur le canapé, Alesto se positionne comme le compagnon idéal de chaque instant. La marque propose un assortiment soigneusement sélectionné de fruits à coque nature ou sublimés, de mélanges créatifs et de fruits séchés.

« À travers l'évolution d'Alesto, nous créons une marque qui incarne le plaisir de la gourmandise et séduit le public par la richesse de son assortiment. Nous voulons apporter de la simplicité au quotidien grâce à un plaisir authentique et une grande variété de choix. Pour y parvenir, nous misons constamment sur la fiabilité et la qualité, car ce sont ces valeurs fortes de Lidl qui fondent la confiance. », explique **Sebastian Hein, Responsable de la marque chez Lidl Stiftung & Co. KG.**

Davantage de protéines végétales : cap sur le « Planetary Health Diet »

Cette nouvelle ère pour Alesto ne se limite pas à un changement esthétique : la marque associe directement ce renouveau aux objectifs de Lidl en matière de développement durable. La stratégie « Alimentation Saine » de l'enseigne promeut les alternatives végétales et sensibilise à une alimentation saine et plus responsable. Lidl contribue ainsi à la diversification des sources de protéines proposées à ses consommateurs.

Un des jalons clés de cette démarche consiste à atteindre 20 % de protéines végétales dans l'assortiment des marques de distributeur en gamme permanente d'ici 2030. C'est précisément ici que les fruits à coque entrent en jeu.

Produits phares de la gamme Alesto, ils apportent des acides gras insaturés précieux, des protéines végétales et des fibres, s'imposant comme les alliés parfaits d'un snacking



équilibré. Alesto réussit ainsi le pari de combiner un instant de plaisir quotidien avec un réel bénéfice nutritionnel.

Une production maîtrisée : l'excellence industrielle de Solent Rheine



Derrière les exigences de qualité de la marque se cachent l'expertise d'une équipe d'achats hautement qualifiée et des technologies de pointe particulièrement performantes. Après une sélection rigoureuse dans les pays d'origine, la majorité des produits Alesto est transformée, torréfiée ou préparée, puis conditionnée dans les usines ultra-modernes de Solent Rheine et Übach-Palenberg, en Allemagne.

Ces sites de production faisant partie de Schwarz Produktion, la quasi-totalité des étapes de transformation, à l'exception de la culture, reste maîtrisée en interne par le Groupe Schwarz. Des normes de qualité strictes et des processus optimisés garantissent que ces en-cas croquants arrivent toujours en rayon avec une fraîcheur et une qualité irréprochables.

Avec ce relancement, Alesto affiche clairement ses ambitions de croissance et crée un lien émotionnel fort avec les consommateurs soucieux de leur santé, qui refusent de transiger sur le goût ou l'équilibre. Cette nouvelle identité plus proche des consommateurs se décline à travers une campagne omnicanale inédite, qui associe avec brio des données factuelles sur la qualité des produits à des situations pleines d'humour où Alesto s'impose comme le choix idéal.

Pour découvrir la page de la campagne et les spots publicitaires Alesto : <http://lidl.fr/c/alesto/s10092731>

À propos d'Alesto

Alesto, marque disponible en exclusivité chez Lidl, est le spécialiste des fruits à coque et des fruits séchés de haute qualité. Qu'il s'agisse d'un boost d'énergie avant le sport ou d'un moment de gourmandise sur le canapé, en version nature ou subtilement cuisinée, Alesto est le partenaire idéal de chaque instant. Son large assortiment de fruits à coque, de mélanges et de fruits séchés s'adresse aussi bien aux fins gourmets soucieux de leur alimentation qu'à tous ceux qui recherchent un en-cas rapide et naturel au quotidien. La marque offre l'équilibre parfait entre nutrition saine et pur plaisir de la dégustation, le tout avec la qualité irréprochable et le prix juste qui caractérisent Lidl.

À propos de Lidl France

Depuis 36 ans, Lidl est un acteur majeur de la distribution en France. Avec sa signature « Lidl, ça vaut le coup », l'enseigne affirme son engagement en faveur du pouvoir d'achat 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. L'ensemble de nos actions et indicateurs de performance sociale et environnementale est publié de manière transparente dans notre rapport RSE annuel accessible sur notre site internet.