

« Le Saut de l'Année » : Armand Duplantis franchit un mur de 5,50 mètres avec Lidl



Communiqué de presse, 01/06/2026

Quand le recordman du monde de saut à la perche défie la grande distribution : Armand Duplantis a relevé un défi inédit à Stockholm en franchissant un mur entièrement construit avec les produits phares de l'enseigne Lidl.

Un saut comme le monde n'en a jamais vu. C'est un défi aussi spectaculaire qu'inédit : à Stockholm, le perchiste de tous les records, Armand « Mondo » Duplantis, a délaissé la traditionnelle barre fine pour s'attaquer à un mur de produits Lidl de 5,50 mètres de haut, 12 mètres de large et 30 centimètres de profondeur. Construit à partir de 3000 produits de marques de distributeur (MDD) du discounter, cet obstacle massif incarnait la diversité et la qualité de l'offre de l'enseigne.

L'impressionnant mur était composé de plus de 3 000 produits Lidl, à la fois des fruits et légumes frais comme des produits des marques Lidl telles que VEMONDO, CROWNFIELD et ALESTO pour l'alimentaire ou encore SILVERCREST, PARKSIDE et CRIVIT pour le non alimentaire). Ce mur de produits représente la diversité de l'assortiment du discounter, qui offre chaque jour à des millions de personnes dans plus de 30 pays, l'accès à une large sélection de produits de MDD de la plus haute qualité au meilleur prix.

Trois tentatives et un suspense maximal face à un obstacle inédit

Tout a commencé par un simple message direct envoyé par Lidl à l'athlète sur Instagram, juste après sa démonstration de force lors de la Diamond League à Shanghai. Le défi ? Une confrontation physique et mentale entre le champion et un mur massif reprenant les produits de l'enseigne.

Si le perchiste connaît par cœur la salle de Sättra Friidrottshall à Stockholm, son lieu d'entraînement habituel, il faisait face cette fois à un défi sans précédent. Contrairement à une barre classique, la densité de ce mur de 30 cm d'épaisseur modifiait totalement les repères visuels lors de l'appel et de l'atterrissage.

Le suspense a été total : Duplantis renverse le mur lors de sa première tentative, puis s'interrompt juste devant l'obstacle lors du deuxième essai — une phase d'ajustement mental et physique propre au champion. C'est finalement à sa troisième et dernière tentative que « Mondo » s'est envolé au-dessus des 5,50 mètres sous les yeux des caméras.

Cliquez ici [insérer le lien] pour regarder le clip vidéo du "Saut de l'Année".

« Un record que personne ne battra jamais : avec Lidl, j'ai écrit l'histoire »

Immédiatement après l'atterrissage, Armand Duplantis a sauté du tapis avec euphorie et a résumé le caractère unique du moment:

« J'ai atteint de nombreuses hauteurs dans ma carrière, mais ce saut était quelque chose de totalement différent. Se tenir devant un véritable mur composé d'autant de produits Lidl était une expérience mentale totalement nouvelle pour moi et un défi sportif. C'était stressant jusqu'à la troisième tentative, mais c'est exactement ce qui me motive. Je suis

*convaincu que nous avons établi un record que personne n'égallera de sitôt. Avec Lidl, j'ai écrit une page de l'histoire du sport, et je le raconterai à mes enfants pendant des années », explique **Armand Duplantis**.*

L'athlète d'exception inspire plus de 1,5 million d'abonnés quotidiennement sur son compte Instagram et leur a offert une place de choix pour suivre le saut et les préparatifs.

*“Avec le "Saut de l'Année", nous voulions illustrer visuellement la haute performance qui se cache derrière nos marques propres. Voir Armand Duplantis s'attaquer à ce mur de 5,50 mètres était à couper le souffle », déclare **Robin Ruschke, responsable du marketing chez Lidl International**. « Le fait que le meilleur perchiste de l'histoire ait eu besoin de trois tentatives montre l'ampleur du défi. C'est un moment iconique qui prouve que pour se surpasser, il faut un partenaire solide à ses côtés, dans le sport comme dans la vie quotidienne. »*

*“En nous associant à Armand Duplantis, nous connectons l'esprit de performance avec le quotidien de nos clients. Ce défi souligne notre promesse : offrir des produits de qualité absolue, mais toujours accessibles à tous », ajoute Jassine Ouali, Directeur Exécutif de la Relation Client Lidl France”. ajoute **Jassine Ouali, Directeur Exécutif de la Relation Client Lidl**.*

Performance athlétique et impact social

Avec cette campagne extraordinaire, Lidl souligne également son identité de discounter responsable : une gamme de produits diversifiée qui rend l'alimentation saine accessible. Lidl se voit comme le partenaire d'un mode de vie sain et valorise régulièrement le sport pour inspirer une alimentation équilibrée.

Au-delà de l'exploit sportif, Lidl a profité de cet événement pour réaffirmer ses engagements responsables. Pour éviter tout gaspillage, l'intégralité des 3 000 produits constituant le mur a été donnée à *Matmissionen*, une chaîne d'épicerie sociale gérée par l'organisation Stockholms Stadsmission. Ce don permettra de soutenir concrètement les personnes en situation de précarité à Stockholm, tout en accompagnant les programmes d'insertion et de conseil social de l'association.

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 1 630 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.