

Lidl France poursuit sa saison des festivals à Rock en Seine : un engagement d'envergure pour faire vibrer les territoires



Communiqué de presse, 05/08/2026

En pleine saison estivale, Lidl France annonce sa participation officielle au festival Rock en Seine, qui se déroulera du 26 au 30 août prochains au Domaine national de Saint-Cloud. Étape incontournable d'une tournée à travers les plus grands rassemblements musicaux de l'été, cet engagement d'envergure marque la volonté de l'enseigne de s'inscrire durablement dans le quotidien émotionnel de ses clients. À travers sa présence active en région francilienne, Lidl affirme son soutien de premier plan à l'accès à la culture, à la diversité des territoires et à l'émergence artistique.

Faire vibrer la région francilienne et célébrer la proximité régionale

Pour Lidl France, s'associer au festival Rock en Seine représente une occasion unique de participer davantage au rayonnement culturel de la région francilienne et de témoigner d'une réelle volonté de répartition territoriale. En s'implantant solidement au cœur des territoires, l'enseigne s'assure d'aller à la rencontre des Français là où ils partagent leurs plus belles émotions.

L'implication de Lidl dans l'univers des festivals de musique répond à une ambition culturelle globale et structurée. Au-delà de son ancrage régional, ce déploiement permet à la marque de valoriser activement les cultures qui animent la jeunesse et redéfinissent la scène musicale contemporaine.

Cette démarche de proximité s'inscrit pleinement dans l'ambition historique de la marque : rendre la qualité accessible au plus grand nombre et s'imposer comme le premier choix des consommateurs dans leur vie de tous les jours.

Lidl Plus : un dispositif premium accessible à tous

Au cœur de cette activation, l'application de fidélité Lidl Plus, forte de ses 15 millions d'utilisateurs en France, se positionne comme le pivot stratégique de l'accès au divertissement.

Fidèle à sa promesse « Le seul moins cher que Lidl, c'est Lidl Plus », l'enseigne propose une dynamique inédite pour faire vibrer sa communauté. Du 6 au 12 août, un coupon exclusif Rock en Seine sera disponible sur l'application. Une fois activé, chaque achat en

supermarché respectant les conditions requises validera automatiquement la participation du client à un tirage au sort exclusif pour tenter de remporter des places.

Sur place, cette expérience premium se traduira par un concept unique d'activation sur le stand Lidl. Cette structure éphémère proposera un espace de partage convivial ouvert à tous les festivaliers, ainsi qu'un espace privilégié réservé aux utilisateurs de l'application Lidl Plus.

« Au-delà de notre rôle de distributeur, nous ambitionnons de devenir un véritable partenaire du mode de vie des Français. Nous voulons être présents là où leur cœur vibre et leur ouvrir les portes d'expériences qui, jusqu'ici, étaient souvent inaccessibles. Notre but n'est pas seulement de répondre aux besoins du quotidien, mais de l'enrichir de joie en rendant l'exceptionnel enfin à la portée de tous grâce à Lidl Plus. » **déclare Johanna DUCLOUX, Directrice Marketing Lidl France.**

À 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.