



## LIDL annonce sa 6<sup>ème</sup> participation au Salon International de l'Agriculture

**Présent au Salon de l'Agriculture pour la 6<sup>ème</sup> année consécutive, LIDL défend le savoir-faire des producteurs de nos régions et la qualité de leurs produits !**

**Au programme :** rencontre avec les agriculteurs partenaires de l'enseigne dans une ambiance chaleureuse (dégustations, jeux concours, etc) et conviviale. L'occasion pour Lidl de clamer une nouvelle fois haut et fort ses positions en mettant littéralement les producteurs au premier plan dans sa nouvelle campagne de communication.

**RDV à Paris Expo Porte de Versailles du 22 février au 1<sup>er</sup> mars 2020 sur le stand de LIDL France Pavillon 1 – stand 1F094.**

### LIDL, DISTRIBUTEUR RESPONSABLE ET ENGAGÉ

Enseigne de proximité et partenaire de confiance des producteurs, LIDL s'engage depuis 2016 en faveur du monde agricole français. Au cours des quatre dernières années, LIDL s'est attaché à faire du « Made In France » une priorité et à multiplier les contrats tripartites entre éleveurs, industriels et distributeur, afin d'apporter un soutien direct et durable au monde agricole. Plusieurs contrats tripartites dans les filières bœuf, porc et lait seront à nouveau signés à l'occasion du Salon 2020.

### COUP DE PROJECTEUR SUR LES PRODUCTEURS



Salon International  
de l'Agriculture 2020



Salon International  
de l'Agriculture 2020



Pour sa nouvelle campagne d'affichage signée par l'agence Australie, Lidl met littéralement les agriculteurs au premier plan. À travers les contrats tripartites, l'enseigne valorise les producteurs et le lien qu'elle entretient avec eux. Ce très gros plan sur leur visage est une façon de rappeler les engagements de l'enseigne à travers deux versions de slogans :

« **Mettre les agriculteurs au premier plan, c'est d'abord mieux les rémunérer** », et « **Chez Lidl, les producteurs français ont toute leur place** » suivi du prénom et de la fonction du producteur.

**L'agriculteur prend volontairement toute la place de l'encart :** il est au cœur de tous les enjeux. Il s'agit de leur accorder la place qui leur revient : le 1<sup>er</sup> plan devient le symbole de la place qui leur est accordée chez Lidl.

Rendu anonyme car peu reconnaissable en raison du zoom effectué sur son visage, il représente tous les professionnels du secteur, sa description ajoute une dimension plus humaine et personnelle : il reste un individu précis, un partenaire de Lidl France.

Cette campagne se déclinera en affichage aux alentours de la station de métro de la Porte de Versailles, sur les réseaux sociaux, en supermarchés, etc.



## UN PROGRAMME LUDIQUE POUR TOUTE LA FAMILLE

**LIDL propose aux visiteurs de redécouvrir les saveurs des régions françaises dans une ambiance conviviale. Petits et grands pourront ainsi profiter :**

- **de dégustations de produits LIDL 100% français** avec le bar à lait Envia, le bar à viande de l'Étal du Boucher, les charcuteries et fromages Saveurs de nos Régions ;
- **d'animations de sculptures sur ballon, prévues tous les jours** (de 10h à 12h et de 14h à 16h), pour réaliser d'incroyables représentations de leurs animaux préférés ;
- **d'un jeu tactile pour les plus petits**, pour s'amuser et gagner des goodies.

## LIDL FRANCE S'ENGAGE AU QUOTIDIEN DANS SES SUPERMARCHÉS

- **74%** de produits français.
- **99%** de bœuf et de porc français en viande fraîche.
- **100%** de lait collecté en France et des laits responsables dans chacun des 1500 supermarchés.
- Des produits d'élevage issus de **contrats tripartites** qui assurent une plus juste rémunération aux éleveurs.
- Des produits issus de **600** producteurs partenaires français / **5000** producteurs partenaires français engagés auprès de Lidl en contrats tripartites.
- **100** produits Saveurs de nos Régions, la gamme 100% made in France de LIDL.
- **100** produits Bio, en gamme permanente.
- **90%** de produits de marque de distributeur.
- **1 700** références de produit par supermarché : 1 besoin = 1 produit.



Contact presse : Lidl France - Isabelle Schmidt, Service Presse - Tél. 01 56 71 37 26 - [contactpresse@lidl.fr](mailto:contactpresse@lidl.fr)