



PAR AMOUR DES ÉQUIPES  
DE FRANCE DE HANDBALL

A red heart character with a smiling face, yellow arms, and yellow legs, making a peace sign with its right hand.

Lundi 30 novembre 2020

## LIDL INVITE LES FRANÇAIS ET LES FRANÇAISES À SE MOBILISER POUR SOUTENIR LES ÉQUIPES DE FRANCE DE HANDBALL

Alors que le calendrier international du handball s'intensifie avec l'Euro féminin au Danemark dès le 3 décembre et le Mondial masculin en Egypte à partir du 12 janvier, Lidl lance une campagne 360 de mobilisation « Par Amour des Equipes de France de handball ». Jusqu'au mois d'août, Lidl profitera de chaque temps fort sportif (Euro 2020, Mondial 2021, tournoi de qualification olympique et matchs de préparation) pour inviter les Français et les Françaises à envoyer des preuves d'amour aux joueurs et aux joueuses pour qu'ils se sentent soutenus. L'environnement graphique de cette campagne a été créé avec l'entreprise française OMY design & play qui imagine et conçoit des produits joyeux, graphiques et intelligents pour la maison.

*« Les Équipes de France de handball ont des échéances importantes à venir. Nous sommes convaincus qu'elles ont tous les ingrédients pour réaliser de nouveaux exploits et décrocher deux médailles olympiques. Mais les victoires sont souvent plus belles quand elles sont partagées. Avec la campagne « Par Amour des Equipes de France de Handball », nous avons souhaité donner aux joueurs et aux joueuses le maximum d'ondes positives et le sentiment qu'elles vont parcourir le monde avec tout un pays derrière elles. » Michel Biero, Directeur Exécutif Achats et Marketing de Lidl France*



### Une initiative lancée par les salariés Lidl, premiers supporters des équipes de France de handball

Il y a 5 ans, Lidl devenait partenaire de la Fédération Française de Handball et de ses équipes de France. Une histoire qui a débuté 7 mois avant les Jeux Olympiques de RIO lors desquels la France a été doublement argentée. Depuis, Lidl n'a cessé de suivre, d'encourager et de vibrer au rythme des exploits des équipes de France. A nouveau à 7 mois de l'échéance olympique, les collaborateurs et les collaboratrices de Lidl ont souhaité déclarer « leur Amour » pour ses équipes avec l'ambition de le partager avec le plus grand nombre de Français. Pour cela ils ont notamment colorisé l'identité visuelle de cette campagne illustrée par l'entreprise OMY et se mobiliseront pour envoyer des messages d'encouragement lors de chaque temps fort sportif.



## Une application dédiée aux licenciés de handball dont le lancement se fera autour de la passion pour les équipes de France de handball

Lidl a souhaité développer une application de quiz sur le thème du handball intitulée « Roucoulette » réservée aux licenciés de clubs de handball en France. Cette application permet de gagner des récompenses aussi bien pour son club qu'individuelles. Elle permet d'entretenir le collectif au sein du club et d'entretenir la passion des licenciés. Sur le mois de décembre, le club gagnant pourra directement adresser ses messages de soutien aux joueurs et aux joueuses et avoir une réponse personnalisée de la part de leurs idoles.



## Une mobilisation du grand public qui va monter en puissance d'ici l'été

A l'occasion de l'Euro féminin 2020 et du Mondial masculin 2021, Lidl lance son « 7 majeur ». Composé de 7 influenceurs et influenceuses, ils seront les porte-paroles de cette campagne afin de faire grandir la passion des Français et des Françaises pour les équipes de France de handball. Ces collaborations s'inscrivent dans le prolongement d'opérations mises en place régulièrement avec eux depuis trois ans autour du handball. Au cours de chaque compétition, ils inviteront leur communauté à suivre les équipes de France et à les soutenir à travers différentes animations participatives.



@happy.fr - @jaoptit - @sogladfit - @cheeky\_blueberry - @margauxlifestyle - @nic\_dream

Le deuxième temps fort se fera autour du tournoi de qualification avec tout un dispositif digital qui permettra de faire parvenir le maximum d'encouragements et de bonnes énergies aux joueurs qui joueront gros lors de ce tournoi. Il lancera également la troisième phase du programme dans laquelle les supporters et les supportrices pourront directement adresser leurs messages d'encouragement au travers de cartes postales créées spécifiquement par OMY. Ces messages suivront les joueurs et les joueuses qui, on l'espère, iront au Japon l'été prochain.

#### **A propos de Lidl et du handball**

*Partenaire de la Fédération Française de Handball, de la Ligue Nationale de Handball et partenaire titre de la Lidl Starligue, Lidl est un soutien actif au développement du handball professionnel et amateur. Depuis 2018, Lidl s'appuie sur ses partenariats dans le handball pour lancer sa campagne « Soif d'exploits » en invitant chacun à faire preuve d'audace, à avoir confiance en l'avenir et à ne pas s'empêcher de rêver. A l'occasion du renouvellement de son partenariat avec la Fédération Française de Handball en 2019, Lidl a également annoncé sa volonté de renforcer sa présence auprès du handball amateur et notamment auprès de la jeune génération en accompagnant et en développant des initiatives pour leur donner le goût du sport et susciter des vocations. En 2021, Lidl continuera à privilégier la proximité en redéployant sa stratégie de partenariat avec le handball professionnel en devenant partenaire de plusieurs clubs masculins et féminins évoluant en championnat de France.*

#### **CONTACTS**

LIDL – Isabelle SCHMIDT  
01 56 71 37 26  
Isabelle.schmidt@LIDL.fr

LIDL – Léa RUBINSZTAJN  
01 56 71 37 28  
Lea.rubinsztajn@LIDL.FR