

# LIDL PARTENAIRE DE LA SEMAINE DE L'AGRICULTURE FRANÇAISE DU 13 AU 24 MAI 2021



Lidl France place le monde agricole français au cœur de ses préoccupations. L'enseigne, déjà présente au Salon International de l'Agriculture depuis 2015, renforce chaque année, son soutien aux producteurs et agriculteurs français. C'est donc naturellement que l'enseigne annonce cette année être partenaire de la Semaine de l'agriculture française du 13 au 24 mai.

## LIDL PARTENAIRE DU GRAND DÉBAT SUR LA SOUVERAINETÉ ALIMENTAIRE

Le 18 mai aura lieu un grand rendez-vous en ligne, ouvert à tous, autour d'un débat avec des décideurs politiques et experts sur la question de la souveraineté alimentaire. Organisé par le Conseil de l'agriculture française et le CENECA, en présence de Julien Denormandie, Ministre de l'Agriculture et de l'Alimentation, et d'Emmanuel Macron, Président de la République, ce grand débat réunit tous les acteurs agricoles, les décideurs économiques et politiques, mais également, pour la première fois, tous les agriculteurs de France.



Michel Biero,  
Directeur exécutif Achats et Marketing Lidl France

« Chez Lidl, nous mettons tout en œuvre pour construire des filières agricoles française à travers des partenariats durables dans le temps, ce qui nous permet de donner de la visibilité, de grandir ensemble et de répondre aux attentes de nos clients. Notre objectif est de valoriser l'ensemble de nos produits issus de nos terroirs à l'échelle nationale tout en respectant la qualité et l'accessibilité prix. Aujourd'hui, il est plus que jamais essentiel de se mobiliser pour défendre une agriculture française et soutenir le monde qui la constitue. C'est cette souveraineté ouverte, collaborative et tournée vers l'avenir à laquelle nous sommes fiers de contribuer »

## LIDL, UNE ENSEIGNE ATTACHÉE À DES VALEURS COMMUNES AU MONDE AGRICOLE

À l'initiative des contrats dits *tripartites*, l'enseigne réunie chaque année depuis 2016 les **éleveurs-producteurs et industriels pour fixer ensemble une rémunération plus juste pour les éleveurs-producteurs**. Fondés sur une relation de confiance et de transparence, ces contrats tripartites s'inscrivent dans la durée et sont aujourd'hui un réel soutien en faveur du monde agricole. Près de 5 000 éleveurs-producteurs travaillent aux côtés de Lidl sur les filières bovine, porcine et laitière. Pour couvrir l'ensemble de ses 1550 supermarchés en France et l'ensemble des filières, l'enseigne compte en 2021 5 contrats tripartites dans le bœuf, 3 dans le porc et 2 dans le lait.

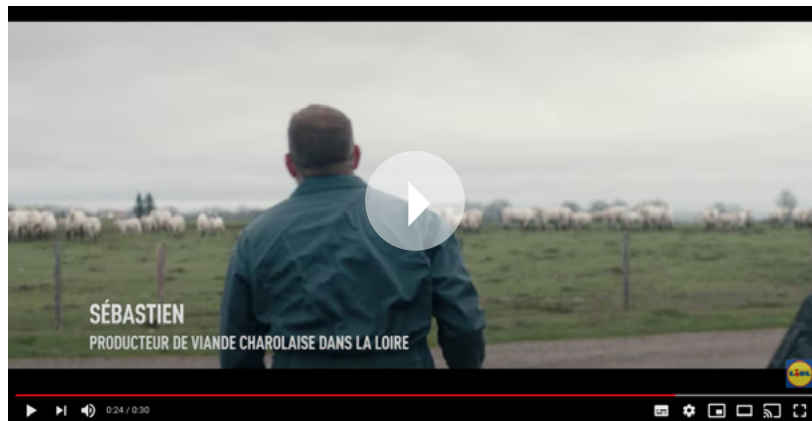
Ce modèle de contrat tripartite proposé par Lidl a été salué par le Ministre de l'Agriculture, qui encourage ce type de contrat : « la contractualisation est créatrice de valeur » a-t-il confirmé lors de sa visite au siège de l'enseigne le 8 février dernier.



## UNE CAMPAGNE PUBLICITAIRE METTANT EN SCÈNE LES PRODUCTEURS FRANÇAIS PARTENAIRES

Lidl France donne une place importante au Made in France et propose 72% de son assortiment issu de produits fabriqués et produits en France. Dans le cadre d'une nouvelle campagne publicitaire menée en faveur des producteurs partenaires français, dont le premier spot a été diffusé la semaine du 19 avril, l'enseigne lance son deuxième spot le 17 mai mettant en avant la viande bovine d'origine française.

Ces spots publicitaires font la part belle aux producteurs partenaires de l'enseigne en tant qu'acteurs de leurs spots publicitaires.



Spot disponible **ici** et sous embargo jusqu'au lundi 17 mai. Chaque mois et ce jusqu'à la fin de l'année, un épisode publicitaire de cette série sera diffusé en TV et sur le digital.



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