



# LIDL LANCE SA CAMPAGNE DE NOËL : « CÉLÉBRER CHAQUE JOUR »

Lidl donne le coup d'envoi de la saison des fêtes avec le lancement de sa campagne publicitaire de Noël intitulée « Célébrer chaque jour ». Cette campagne va plus loin qu'une publicité saisonnière traditionnelle et s'inscrit dans la continuité de la signature « Lidl, ça vaut le coup ». Elle illustre la façon dont Lidl, en tant que distributeur, agit au coeur de la société en affirmant son engagement envers les enjeux humains et environnementaux.

Noël est considérée par beaucoup comme la plus belle période de l'année, un moment où l'on fait tout pour apporter de la joie autour de soi. Mais que se passerait-il si cette attitude ne se limitait pas à quelques semaines par an ? C'est précisément le message porté par la campagne internationale de Lidl, nous invitant à **prolonger ces petits gestes d'attention et de bienveillance dans notre quotidien**. Cette nouvelle prise de parole, dans la lignée de la signature «Lidl ça vaut le coup», incarne l'identité de Lidl dont les maîtres mots sont la simplicité, la qualité et l'engagement pour un avenir meilleur.

## L'ENGAGEMENT SOCIAL DE LIDL : DONNER DE LA VALEUR À CHAQUE JOUR

Dans le prolongement de sa responsabilité d'entreprise, Lidl lance, dans chaque pays où l'enseigne est implantée, des campagnes nationales de collecte de fonds, soutenant des institutions caritatives par des dons financiers et matériels. Une grande partie du montant des dons est prise en charge par Lidl.

En France, **Lidl renouvelle son opération de produit-partage avec la Croix-Rouge française à partir du 27 novembre 2025. Pour tout achat du petit modèle de la fleur "étoile de Noël", 0,50 euros seront reversés à l'association pour l'aider à lutter contre la précarité alimentaire.**

Avec cette campagne de collecte, Lidl réaffirme son engagement à avoir un impact positif sur la société, au-delà de ses activités commerciales, et contribue ainsi à un avenir durable.

La campagne **débutera le 1<sup>er</sup> novembre 2025 et sera diffusée dans 31 pays**. Le coeur de la campagne est un film, qui sera diffusé sous forme de spot télévisé. Il sera accompagné d'une stratégie digitale complète sur YouTube et les plateformes de médias sociaux. Des affichages extérieurs et numériques sont également prévus.

La campagne est désormais visible [ici](#) et transmet l'idée centrale : **Lidl apporte de la valeur chaque jour – même au-delà de la saison de Noël.**

