

30.07.2024 - 08:12 Uhr

Lidl célèbre son partenariat réussi avec l'UEFA EURO 2024



Weinfelden (ots) -

Le premier partenariat international de Lidl dans le domaine du football avec l'UEFA EURO 2024™ s'achève avec succès. Lidl a permis à plus de 1000 enfants d'accompagner des stars du football lors de leur entrée sur le terrain. Parmi eux, 33 enfants venaient de Suisse. Le tatou dénommé Lancelot a fait office d'oracle du football.

Le sport est un pilier important de l'engagement de longue date de Lidl en faveur de la santé et d'une alimentation consciente. C'est pourquoi ce partenariat a été dirigé par la campagne Lidl "We're On Your Team". Cette dernière symbolise la volonté de Lidl d'être aux côtés de ses clients : que ce soit en maintenant des prix attractifs, en rendant accessibles des produits alimentaires simples, sains et frais, en faisant découvrir aux fans le plus grand tournoi de football d'Europe ou en créant des expériences inoubliables.

Sur quatre semaines, Lidl a envoyé un total de 1122 enfants en tant qu'Escort Kids officiels en Allemagne pour assister aux matchs. Ensemble, ils formaient la "Lidl Kids Team". Les places au sein de la Lidl Kids Teams ont été attribuées au hasard à des enfants âgés de six à dix ans via l'application Lidl Plus. Le tirage au sort a reçu plus de 1,1 million de candidatures. Grâce à Lidl Suisse, 33 enfants suisses ont pu pénétrer sur le terrain main dans la main avec Granit Xhaka, Yann Sommer et les autres héros de la Nati. Exclusivement pour ses collaborateurs, Lidl Suisse a mis en jeu 11 places dans une Lidl Kids Team (avec un accompagnateur par enfant) ainsi que 2 lots de 2 places pour la finale.

Aylin (9 ans), venant de Suisse, déclare : " J'ai adoré entrer dans le stade avec Michel Aebischer. Je n'oublierai jamais cette expérience unique. "

En plus d'accompagner les stars du football dans le stade, les enfants ont également pu profiter d'activités variées et d'expériences instructives à côté du terrain grâce à Lidl. En qualité d'oracle du football, le tatou Lancelot du Walter Zoo (SG) a prédit plusieurs résultats du Championnat d'Europe. Des milliers de participants ont participé aux jeux-concours de notre oracle. Entre autres choses, il y avait six parrainages d'animaux à gagner, qui incluaient tous une carte d'abonnement annuel pour le Walter Zoo.

Le partenariat conclu entre Lidl et l'UEFA EURO 2024™ devait également bénéficier aux fidèles clients de

l'entreprise dans toute l'Europe. Lidl a donc organisé des jeux-concours, dont certains via l'application Lidl Plus, permettant de gagner des places de match ainsi qu'un forfait voyage pour deux personnes en Allemagne. Nous avons été impressionnés par les quelque 15,3 millions de soumissions que nous avons reçues. Grâce à Lidl, plus de 16 000 fans venus de plus de 30 pays différents ont pu assister aux matchs de l'UEFA EURO 2024™.

Nicholas Pennanen, le CEO de Lidl Suisse, déclare : " Nous sommes très heureux d'avoir pris part à un tel événement et d'avoir pu offrir à notre clientèle et à nos collaborateurs des expériences inoubliables en guise de remerciement. "

Contact:

Service de presse
Dunantstrasse 15
8570 Weinfelden
Tél. : +41 (0)71 627 82 00
E-mail : media@lidl.ch

Medieninhalte



Lidl Suisse / Texte complémentaire par ots et sur www.presseportal.ch/fr/nr/100016795 / L'utilisation de cette image à des fins éditoriales est autorisée et gratuite, pourvu que toutes les conditions d'utilisation soient respectées. La publication doit inclure le crédit de l'image.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100016795/100921855> abgerufen werden.