



03.11.2025 - 10:27 Uhr

Lidl Suisse lance sa campagne de Noël Le merveilleux, ça vaut le coup chaque jour

Weinfelden (ots) -

Lidl ouvre la période des fêtes de fin d'année avec le lancement de sa campagne internationale de Noël sous la devise " Le merveilleux, ça vaut le coup chaque jour ". Cette année, pour la première fois, les clientes et clients de Lidl Suisse voteront pour l'organisation qui recevra le don de Noël.

Pour beaucoup, Noël est la plus belle période de l'année, un moment où nous veillons tout particulièrement à rendre les autres heureux. Et si nous appliquions cette attention bienveillante au-delà des fêtes de fin d'année ? C'est précisément là qu'intervient la campagne de Noël 2025 de Lidl, en invitant à intégrer ces petits gestes d'estime et d'empathie dans notre quotidien.

L'engagement social de Lidl : aider, ça vaut le coup chaque jour.

Cette année, les clientes et clients de Lidl Suisse ont pour la première fois la possibilité de participer activement au choix de l'organisation qui recevra le don de CHF 20 000. Trois organisations à but non lucratif sont proposées : toutes s'engagent spécifiquement en faveur des enfants et des familles. Sur notre plateforme dédiée à la durabilité [Lidl Suisse soutient les organisations pour Noël](#) les trois organisations se présentent dans une courte vidéo et expliquent leur engagement ainsi que leur impact. Les clientes et clients peuvent ensuite décider à quelle organisation ils souhaitent donner leur voix. Le vote a lieu directement sur la plateforme et se déroule du 1er au 30 novembre 2025. L'organisation ayant obtenu le plus grand nombre de voix sera annoncée mi-décembre.

" En tant que père, mon engagement envers les enfants et les familles me tient particulièrement à coeur. Grâce à cette campagne de dons, nous donnons cette année à notre clientèle la possibilité de s'exprimer directement pour faire une bonne action ensemble ", a déclaré Bram van der Valk, directeur de la division Clientèle chez Lidl Suisse.

Un menu végétalien, aussi à Noël.

L'" alimentation consciente ", un champ d'action central de la stratégie globale de RSE de Lidl, constitue un pilier important de la campagne. Le détaillant s'appuie sur le modèle alimentaire Planetary Health Diet pour composer son assortiment et vise d'ici 2050 un élargissement continu de son offre de produits d'origine végétale. Dans le cadre de la campagne, Lidl fait la promotion, via différents points de contact, d'un menu de Noël qui met en avant des ingrédients d'origine végétale. Lidl prouve ainsi que plaisir et alimentation consciente vont de pair.

La campagne de Noël de cette année commence le 4 novembre 2025 et sera relayée dans 31 pays. Le film de campagne, diffusé sous forme de spot télévisé, en est le coeur et est complété par une stratégie en ligne globale sur YouTube ainsi que sur les réseaux sociaux. Des mesures Out-of-Home et Digital-Out-of-Home sont également prévues.

La campagne est dès à présent visible sous [Noël](#) et véhicule l'idée centrale suivante : **avec Lidl, ça vaut le coup chaque jour, même après la période de Noël.**

Contact:

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