



18.06.2026 - 15:30 Uhr

Lidl et Tomorrowland lancent un partenariat stratégique



Weinfeldten (ots) -

Ambiance de festival internationale, des personnes venues du monde entier et, au coeur de tout cela, un magasin éphémère Lidl : Lidl et Tomorrowland, le plus grand festival de musique électronique (EDM) au monde, concluent un partenariat stratégique de longue durée. Ensemble, les deux marques souhaitent rapprocher les personnes à travers la musique, la culture et des expériences qui créent du lien.

Le partenariat englobe différents formats et événements au sein de l'univers Tomorrowland, dont Tomorrowland en Belgique ainsi que l'édition Tomorrowland Winter en France. Le coup d'envoi de la coopération sera donné dès le prochain festival d'été, en juillet 2026, où Lidl approvisionnera les festivaliers de Tomorrowland à Boom, en Belgique, grâce à un magasin éphémère Lidl et à sa propre boulangerie Lidl, tout en les régaland avec les fruits frais servis dans les Fresh Food Stations spécialement aménagées.

Valeurs communes et rayonnement international

Tomorrowland compte parmi les festivals de musique les plus connus et les plus influents au monde, attirant chaque année des centaines de milliers de visiteurs venus de nombreux pays. Le festival est synonyme de rencontres multinationales, d'échanges culturels et d'expériences collectives. C'est précisément cette orientation internationale et fédératrice qui constitue le fondement du partenariat stratégique avec Lidl.

Dans le même temps, cette collaboration souligne l'ambition de Lidl d'aller à la rencontre des personnes avec des produits frais, des solutions pratiques et une offre variée, exactement là où la vie se déroule - au quotidien comme lors d'événements particuliers et de moments partagés.

Des fruits et légumes frais aux snacks, en passant par une sélection de produits non alimentaires, le magasin du festival illustre de manière concrète à quel point l'offre de Lidl s'est élargie au fil du temps. La boulangerie Lidl vient compléter l'offre sur place avec des articles Bake-Off fraîchement préparés. Dans le même temps, ce partenariat porte l'ambition de rendre produits de qualité et aliments frais accessibles et abordables pour le plus grand nombre.

" Tomorrowland rassemble des personnes issues de différents pays et de différentes cultures. C'est précisément ce sentiment d'appartenance, de passion et d'énergie positive qui rend ce partenariat particulièrement enthousiasmant pour nous. En tant que partenaire fiable, nous contribuons activement à créer des moments inoubliables qui enthousiasment le public - que ce soit pendant les festivals ou à travers du contenu exclusif proposé via l'appli Lidl Plus. " Robin Ruschke, responsable marketing chez Lidl Stiftung & Co. KG

Tomorrowland vit de ce sentiment de collectif, d'un état d'esprit positif et de la création collective de moments inoubliables. Nous sommes ravis de ce partenariat avec Lidl, une marque qui s'est développée bien au-delà du commerce de détail classique, qui surprend sans cesse par ses idées créatives et qui convainc par la qualité et la fraîcheur de ses produits. Ensemble, nous souhaitons permettre aux festivaliers de profiter encore plus facilement de chaque instant : des repas partagés et de la découverte de nouveaux produits jusqu'au fait de prendre soin les uns des autres tout au long de leur parcours festivalier. " Bjorn Declerck, International Head of Partnerships Tomorrowland

PreZero fait avancer la transition vers une économie circulaire

Lorsque des dizaines de milliers de personnes se rassemblent, des mégapoles éphémères voient le jour : c'est le cadre idéal pour un projet phare européen. C'est précisément là que PreZero et Tomorrowland unissent leurs forces : en optimisant progressivement la gestion des déchets sur le terrain, ce partenariat vise à démontrer, dans la pratique, comment les flux de matières recyclables peuvent contribuer à la souveraineté européenne en matière de ressources.

L'objectif du partenariat est de préserver systématiquement les précieuses ressources, de réduire les émissions de CO2 et de rendre ainsi l'économie circulaire tangible pour une communauté internationale. Grâce à son évolutivité industrielle et à sa transparence numérique, PreZero est un moteur de cette transformation et un partenaire solide au sein de l'écosystème du groupe Schwarz.

Cette collaboration s'inscrit dans l'orientation à long terme de Lidl, avec l'objectif d'encourager des partenariats qui rapprochent les personnes, renforcent l'esprit de communauté et apportent une contribution positive au quotidien de la clientèle. La collaboration avec Tomorrowland est dans un premier temps prévue pour cinq saisons de festival.

Contact:

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

Medieninhalte



Lidl Schweiz / 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/100016795/100940770> abgerufen werden.