



## COMUNICATO STAMPA

### LIDL E TOMORROWLAND: AL VIA UNA PARTNERSHIP STRATEGICA

*Lidl annuncia una collaborazione quinquennale diventando partner ufficiale del festival di musica elettronica più grande del mondo.*

Arcole (VR), 18 giugno 2026 – L'atmosfera di un festival internazionale, un pubblico proveniente da ogni angolo del pianeta e, proprio nel cuore dell'evento, un pop-up store Lidl. Nasce così la partnership strategica di cinque anni tra **Lidl e Tomorrowland, il celebre festival di musica elettronica (EDM)**. Un'alleanza nata per connettere le persone attraverso il linguaggio universale della musica, della cultura e dell'intrattenimento.

La collaborazione comprende diversi format ed eventi all'interno dell'universo di Tomorrowland, includendo sia l'edizione in Belgio sia l'appuntamento invernale in Francia. **La partnership prenderà ufficialmente il via in occasione del prossimo festival di luglio 2026 a Boom, in Belgio.** Qui Lidl accoglierà i partecipanti all'interno di un pop-up store dedicato, che includerà un reparto panetteria con prodotti sfornati in giornata e speciali Fresh Food Station con frutta fresca. Inoltre, anche chi non parteciperà fisicamente al festival potrà accedere a contenuti esclusivi dedicati a Tomorrowland tramite l'app Lidl Plus.

#### **Valori condivisi e portata internazionale**

Tomorrowland è uno dei festival musicali più famosi e di maggiore portata a livello globale, capace di attrarre ogni anno centinaia di migliaia di visitatori da tantissimi Paesi. L'evento è da sempre sinonimo di apertura internazionale, scambio multiculturale ed energia collettiva. Questo **spirito di aggregazione inclusivo** costituisce la base della partnership strategica con Lidl.

Allo stesso tempo, la collaborazione sottolinea l'ambizione dell'Insegna di essere vicina alle persone con alimenti freschi, soluzioni pratiche e un'offerta merceologica diversificata in ogni situazione: tanto nella vita di tutti i giorni, quanto nei grandi eventi e nelle occasioni speciali.

Dalla frutta e verdura fresca agli snack, fino a una selezione di articoli non-food, **il negozio del festival metterà in mostra tutta la varietà e versatilità dell'assortimento Lidl.** Inoltre, il panificio interno arricchirà l'offerta in loco con prodotti da forno appena sfornati. Questa partnership riflette, così, l'ambizione condivisa di rendere l'alimentazione di qualità accessibile e conveniente a una platea sempre più vasta.

*"Tomorrowland unisce culture e Paesi diversi. Sono proprio questo senso di appartenenza, la passione e l'energia positiva a rendere questa partnership così entusiasmante per noi. In qualità di partner affidabile, vogliamo giocare un ruolo chiave nella creazione di momenti indimenticabili capaci di ispirare il pubblico, sia durante i festival, sia attraverso contenuti esclusivi disponibili sulla nostra app Lidl Plus"* ha dichiarato **Robin Ruschke, Head of Marketing di Lidl Stiftung & Co. KG.**



## COMUNICATO STAMPA

*"Tomorrowland vive di connessioni, di un approccio positivo alla vita e della creazione di momenti indimenticabili da vivere insieme. Siamo entusiasti di questa collaborazione con Lidl, un brand che ha saputo evolversi ben oltre il retail tradizionale, continuando a sorprendere le persone con idee creative e offrendo, al contempo, qualità e freschezza eccezionali. Insieme, vogliamo rendere ancora più semplice per i partecipanti godersi ogni singolo momento della loro esperienza: dalla condivisione dei pasti alla scoperta di nuovi prodotti, fino al prendersi cura di sé stessi durante l'intero festival."* ha commentato **Bjorn Declerck, International Head of Partnerships di Tomorrowland**.

### **PreZero guida la trasformazione circolare**

Anche la **responsabilità ambientale** gioca un ruolo chiave all'interno di questa sinergia. Con decine di migliaia di visitatori al giorno, i grandi eventi come Tomorrowland si trasformano in vere e proprie città temporanee, creando l'ambiente ideale per un progetto faro a livello europeo. È proprio qui che **PreZero e Tomorrowland uniscono le forze**: ottimizzando passo dopo passo la gestione dei rifiuti in loco, la partnership dimostrerà come i cicli chiusi dei materiali possano contribuire alla sovranità delle risorse in Europa.

L'obiettivo di questa partnership è preservare costantemente materie prime preziose, riducendo così le emissioni di CO<sub>2</sub>, e rendere l'economia circolare un'esperienza interattiva per una comunità internazionale. Coniugando la scalabilità industriale con la trasparenza digitale, PreZero si pone come forza motrice di questa trasformazione – in qualità di **partner solido del Gruppo Schwarz, di cui Lidl fa parte**.

L'iniziativa si inserisce nel costante impegno di Lidl nel promuovere partnership che uniscano le persone, rafforzino le comunità e portino un valore aggiunto nella vita quotidiana delle persone.

### **Company Profile Lidl**

Lidl Italia è una catena di supermercati presente nel Paese dal 1992 che dispone attualmente di una rete di 800 punti vendita riforniti quotidianamente da 12 piattaforme logistiche dislocate sul territorio nazionale, impiegando più di 23.000 collaboratori. L'offerta a scaffale si compone di oltre 3.500 referenze attentamente selezionate, di cui oltre l'80% prodotte in Italia e a marchio proprio per garantire al cliente il miglior rapporto qualità-prezzo.

### **Contatti per la stampa:**

LIDL Italia S.r.l. a socio unico - Corporate Affairs

Via Augusto Ruffo, 36 - 37040 Arcole (VR)

Tel. 045.6135100

E-mail: [stampa@lidl.it](mailto:stampa@lidl.it)

[www.lidl.it](http://www.lidl.it)