



COMUNICATO STAMPA

LIDL SCEGLIE PAW PATROL®: I PERSONAGGI PIÙ AMATI DAI BAMBINI PER GUIDARE LE FAMIGLIE VERSO SCELTE PIÙ SANE

L'Insegna ridefinisce il marketing per bambini, avviando in Italia e in altri 29 Paesi una partnership internazionale con PAW Patrol® sui prodotti a marchio proprio che rispetta i criteri nutrizionali dell'OMS.

Arcole (VR), 10 agosto 2026 – Prosegue l'impegno di Lidl per un'alimentazione consapevole, attraverso **una gamma di prodotti in grado di facilitare le scelte delle famiglie e accompagnare i più piccoli verso abitudini alimentari più salutari**. A partire **dal 31 agosto**, Ryder, Chase e gli altri protagonisti della PAW Patrol compariranno, infatti, su una selezione di referenze dell'assortimento Lidl. Si tratta di prodotti conformi ai criteri nutrizionali stabiliti dall'**Organizzazione Mondiale della Sanità** (OMS) e rispondenti ai rigidi standard della Catena, per garantire la massima qualità degli ingredienti e delle formulazioni.

In attesa del debutto nelle sale del film *'PAW Patrol: The Dino Movie™'*, previsto per mercoledì 9 settembre, negli store Lidl si potranno dunque trovare **oltre 10 articoli alimentari brandizzati PAW Patrol®**, come i bastoncini di verdura surgelati Chef Select, le barrette alla frutta assortita Sondey e gli snack di mais Bio Snack Day, che si affiancano a un'offerta di frutta e verdura fresca.

Attraverso questa partnership internazionale, **Lidl trasforma la popolarità dei PAW Patrol® in una leva per promuovere un'alimentazione bilanciata fin dall'infanzia**. Una scelta necessaria e responsabile, considerato anche lo scenario delineato dallo studio OMS *'European Childhood Obesity Surveillance Initiative (COSI)'*: **l'obesità infantile** si conferma un'importante sfida per la salute pubblica in tutta Europa, con il 25% dei bambini del continente classificati come sovrappeso.¹

"Vedo ogni giorno con mio figlio quanto i bambini amino le storie e i loro eroi ed usare questa straordinaria energia per trasmettere abitudini positive è un'opportunità fantastica in cui credo molto. Portando Chase, Ryder e la squadra dei PAW Patrol® sui nostri prodotti, vogliamo semplificare la spesa quotidiana dei genitori affiancandoli in una delle sfide quotidiane: promuovere un'alimentazione consapevole tra i bambini. Questa partnership ci permette di proseguire nell'impegno iniziato nel 2023, limitando la pubblicità rivolta ai più piccoli ai soli prodotti in linea con i criteri nutrizionali dell'OMS." Ha dichiarato **Maria Lovecchio, Chief Merchandising Officer di Lidl Italia**.

La partnership si inserisce all'interno della strategia internazionale CSR dell'Insegna sull'**alimentazione consapevole**, che si propone di rendere i consumatori sempre più informati sulle loro scelte di acquisto. A guidarla i principi della **Planetary Health Diet**, un modello nutrizionale scientifico che delinea una dieta ricca di benefici per la salute umana e per il Pianeta e su cui l'assortimento di prodotti a marchio Lidl è sempre più allineato.

¹ WHO European Childhood Obesity Surveillance Initiative (COSI): report on the sixth round of data collection, 2022–2024. Copenhagen: WHO Regional Office for Europe; 2025.



COMUNICATO STAMPA

LIDL SCEGLIE PAW PATROL®: I PERSONAGGI PIÙ AMATI DAI BAMBINI PER GUIDARE LE FAMIGLIE VERSO SCELTE PIÙ SANE

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

www.lidl.it