



“SHOP, COOK & WIN!”: IN TV CON LIDL UN’APPASSIONANTE SFIDA TRA I CARRELLI

Gli chef Simone Rugiati e Matteo Torretta, protagonisti del nuovo show, si sfidano a colpi di ricette aiutati da ignari clienti del supermercato. Da sabato 19 ottobre in prima TV assoluta sul Nove

Milano, 17 ottobre 2019 - Da sabato 19 ottobre alle 19:00, arriva in prima tv assoluta sul canale NOVE del gruppo Discovery la food competition “SHOP, COOK & WIN! La sfida dei carrelli”. Durante le dieci puntate della serie, ospitate in 5 diversi punti vendita Lidl, **gli chef Simone Rugiati e Matteo Torretta** dovranno reclutare ignari clienti e portarli dal supermercato direttamente in cucina per realizzare insieme dei piatti gourmet con tutto, ma proprio tutto, quello che c’è nei loro carrelli.

Come in ogni sfida culinaria che si rispetti, i piatti verranno assaggiati da una giuria davvero d’eccezione, composta da: **Valerio Visintin**, critico gastronomico del Corriere della Sera, **Anna Buffa**, ideatrice del progetto “Fornelli a spillo”, e **Lorenzo Sandano**, il più giovane e promettente critico gastronomico d’Italia. Saranno loro, al termine di ciascun episodio di “SHOP, COOK & WIN! La sfida dei carrelli”, a giudicare le portate del Team Rugiati e del Team Torretta. Per il cliente del team vincitore della ‘sfida dei carrelli’ la spesa continua con un buono del valore di 500€ da spendere nei supermercati Lidl.

Alla vigilia della messa in onda, **Andrea Francesco Varisco, Responsabile Marketing di Lidl Italia** dichiara: “Con “Shop, Cook & Win!” vogliamo presentare Lidl come un supermercato moderno e familiare. Una fase fondamentale dello storytelling di ogni puntata è proprio il momento della spesa. Lo spettatore viene coinvolto da un format originale, divertente e appassionante dove Lidl è presente, ma in modo armonico con il contesto. La convenienza dell’offerta viene citata, ma l’attenzione è puntata sulla qualità e sulla freschezza dei prodotti. Come Azienda siamo stati presenti sin dalle primissime fasi di progettazione del prodotto, per questo ringrazio tutto il team di lavoro che ci ha supportato fin dal principio”.



Francesca Sorge, Brand Solutions Senior Director Discovery Media, aggiunge: *“Siamo orgogliosi che Lidl abbia scelto Discovery e NOVE per realizzare questo progetto di branded entertainment. Abbiamo interpretato il desiderio Lidl di comunicare con un approccio distintivo, utilizzando l'intrattenimento come chiave di racconto e di coinvolgimento dei telespettatori, realizzando un programma perfettamente coerente e integrato alla linea editoriale di NOVE. Shop, Cook & Win! è il risultato di una grande collaborazione tra tutti gli attori e conferma come ormai il branded entertainment sia per Discovery un asset consolidato e premium, apprezzato dai nostri clienti per qualità e innovazione.”*

Il programma, basato sul format di Red Arrow Studios “Shop! Cook! Win!”, è frutto della sinergia tra Lidl, Discovery, YAM112003 con la consulenza di OMD e FUSE, la divisione di Branded Entertainment di Omnicom Media Group. *“Shop, Cook & Win!” è un perfetto esempio di branded entertainment*” - **commenta Alberto Rossini, Branded Entertainment & TV Director di YAM112003** - *“un programma di intrattenimento che nasce dalla collaborazione tra brand, canale televisivo e casa di produzione. Siamo particolarmente soddisfatti del risultato, che riesce a coniugare in modo naturale i valori di Lidl e la linea editoriale di NOVE TV, grazie ad una narrazione fluida e divertente che restituisce a pieno il clima di grande armonia venutosi a creare sul set”.*

Appuntamento quindi sabato 19 ottobre alle ore 19:00 con la prima puntata di “Shop, Cook & Win!”.

Company profile Lidl

Lidl è presente in Italia da 27 anni. Ad oggi, può contare su una rete di 650 punti vendita in 19 regioni che occupano oltre 16.000 collaboratori. Il rifornimento quotidiano dei negozi è garantito da 10 piattaforme logistiche dislocate sul territorio nazionale. Negli ultimi anni è stato portato avanti un percorso di profondo rinnovamento dell'Insegna che, da un lato, ha coinvolto il radicale ammodernamento della rete vendita per offrire un'esperienza d'acquisto più piacevole e funzionale ai clienti, dall'altro ha visto la completa revisione dell'assortimento di prodotti a scaffale con una netta virata verso il Made in Italy. Attualmente, oltre l'80% dei prodotti offerti dall'Insegna è prodotto in Italia.

Contatti per la stampa:

LIDL Italia srl - Ufficio Comunicazione
Via Augusto Ruffo, 36 - 37040 Arcole (VR)
Tel. 045.6135100
E-mail: stampa@lidl.it
www.lidl.it