**FRESCHEZZA, QUALITà, SEMPLICITA’ E CONVENIENZA: AL CENTRO DELLA NUOVA CAMPAGNA PUBBLICITARIA LIDL ITALIA**

*On air da domenica 9 maggio su tutti i mezzi. “Ci pensa Lidl” è il primo progetto nato dal recente sodalizio dell'Insegna con Serviceplan Group.*

*Arcole (VR), XX maggio 2021* – Lidl Italia, catena di supermercati con oltre 680 punti vendita sul territorio nazionale, lancia la **nuova campagna pubblicitaria “Ci pensa Lidl”** puntando l’attenzione sulle parole chiave **semplicità** e **spesa smart**, ovvero le caratteristiche salienti che rendono unica l’esperienza d’acquisto per i clienti dell’Insegna. La campagna, on air dal 9 maggio, rappresenta un nuovo approccio di Lidl alla comunicazione perché mette al centro un **sistema valoriale** che, partendo dalle parole chiave, va a toccare altri aspetti fondamentali per l’Azienda come **la freschezza e la qualità dell’assortimento**, con particolare riguardo al comparto frutta e verdura, perché, proprio come si dice in apertura dello spot rivolgendosi ai clienti *“è la convenienza a farvi entrare, ma è la qualità che vi fa tornare”.*

Tutto ruota attorno alle persone, ai clienti Lidl, che scelgono l’Insegna per i propri acquisti e per poter godere di tutti i vantaggi a loro riservati: prodotti di freschi e di qualità ad un prezzo conveniente e semplicità nel fare la spesa. La campagna si svilupperà in diversi momenti lungo tutto il 2021 per permettere la **scoperta dell’intero ecosistema valoriale Lidl**.

L'intero concetto creativo della campagna “Ci pensa Lidl” e la sua realizzazione sono stati realizzati con la collaborazione di **Serviceplan Group, segnandone così il debutto come agenzia di comunicazione di riferimento per tutta la comunicazione atl, digital e social di Lidl come dal recente accordo triennale siglato tra le due realtà. La pianificazione media, in carico ad OMD,** coinvolge **tutti i mezzi ad eccezione della carta stampata: tv, radio, digital e social. Un mix di formati, dallo spot istituzionale da 40 secondi a tagli più brevi, pensati per essere performarti sui diversi canali di comunicazione.** Alla regia, Marcello Lucini autore di diverse campagne pubblicitarie, italiane e internazionali.

**Eduardo Tursi, Amministratore Delegato Acquisti e Marketing,** commenta così il lancio della campagna: *“Siamo molto orgogliosi di questa campagna che segna l’inizio della partnership triennale con Serviceplan Group. Qualità, freschezza, semplicità e convenienza sono da sempre i cardini della nostra offerta e, grazie ad un lavoro sinergico che ha coinvolto anche il team marketing interno all’Azienda, siamo riusciti a raccontarli in un modo nuovo e altamente valoriale”.*

**Stefania Siani CEO e Chief Creative Officer di Serviceplan Italia** aggiunge: *“Niente richiede più lavoro della semplicità. Un’esperienza d’acquisto imbattibile nel prezzo, nella varietà e nella qualità dell’assortimento, nella certificazione della sicurezza, nell’aderenza a valori quali il sostegno al territorio attraverso le scelte d’acquisto, richiede da parte dell’insegna un incessante lavoro di pianificazione, selezione, controllo. Per Lidl mettere al centro i clienti significa farsi carico di tutti questi aspetti, perché alle persone resti il valore più grande: la possibilità di godere di una spesa e di una vita più semplice”.*

**CREDITS:**

|  |  |
| --- | --- |
| Agenzia | Serviceplan Group |
| Chief Creative Officer | Stefania Siani |
| Direzione creativa | Giuliana Guizzi, Salvatore Giuliana |
| Account Director | Sara Ruggiero |
| Casa di produzione | Black Mamba |
| Regia | Marcello Lucini |
| Post Produzione | Neverest |

**Company profile Lidl**

Lidl è presente in Italia da 29 anni. Ad oggi, può contare su una rete di più di 680 punti vendita in 19 regioni che occupano oltre 18.500 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 a socio unico - Ufficio Comunicazione

Via Augusto Ruffo, 36 - 37040 Arcole (VR)

Tel. 045.6135100

E-mail: stampa@lidl.it