**LA MAGIA del natale: la nuova campagna DI LIDL**

**sul VALORE DEI PICCOLI GESTI**

*Un cortometraggio con protagonista un simpatico procione, per celebrare l’importanza dello stare insieme e della condivisione. On air da giovedì 9 novembre su tutti i canali.*

*Arcole (VR), 8 novembre 2023* – La nuova **campagna pubblicitaria “Magico Natale” di Lidl Italia**, catena di supermercati con oltre 730 punti vendita sul territorio nazionale, vede come formato principale un corto in cui il protagonista è un **simpatico procione** dalla spiccata sensibilità. L'intero concetto creativo è incentrato su questo personaggio che, grazie al suo altruismo e alla sua generosità, salverà il Natale di un bambino riportando la magia delle feste nella sua famiglia. Attraverso le sue azioni coraggiose, il procione diventa, quindi, simbolo di un importante messaggio: anche **i piccoli gesti possono fare una grande differenza**.

La campagna, on air da giovedì 9 novembre, rappresenta una novità per la comunicazione di Lidl, poiché focalizza il proprio messaggio sul **contenuto emozionale dello spot**, con l’obiettivo di celebrare i valori **dell’amicizia, della famiglia e della condivisione**. Per la prima volta, inoltre, Lidl lancia una **campagna natalizia attiva a livello internazionale**, sviluppata dall’ufficio marketing della Casa Madre in collaborazione con alcune sedi nazionali in cui l’Insegna è presente, con lo scopo di diffondere un messaggio forte a livello globale. Con questa iniziativa Lidl vuole augurare a tutti di **trascorrere un Natale speciale, da vivere serenamente in famiglia grazie anche alla qualità e all’accessibilità della propria offerta.** In momenti difficili come quello che stiamo affrontando, Lidl infatti consente ai propri clienti di non rinunciare a una tavola imbandita e a qualche regalo sotto l’albero.

**La pianificazione media della campagna** coinvolge **tutti i mezzi: tv, radio, volantino, digital e social. Un mix di formati, dallo spot istituzionale da 60 secondi a tagli più brevi, pensati per essere performanti sui diversi canali di comunicazione. Eduardo Tursi**, **Amministratore Delegato Acquisti e Marketing di Lidl Italia**, commenta così il lancio della campagna: *“Il Natale è il momento più speciale dell’anno e Lidl si è posta l’ambizioso obiettivo di rendere questa festa alla portata di tutti. La campagna pubblicitaria di quest'anno racconta di come spesso siano i piccoli gesti a dare vita a momenti speciali. Attraverso il suo altruismo, infatti, il procione del cortometraggio salva il Natale di una famiglia, che si trasforma così in un momento di gioia e condivisione grazie anche ai prodotti Lidl.* *I nostri clienti avranno la possibilità di incontrare l’eroico procione anche fuori dallo schermo, acquistandolo nei nostri supermercati, sotto forma di un tenero peluche.”*

Il video integrale della campagna è disponibile sul canale YouTube di Lidl Italia al seguente [link](https://youtu.be/F6NXOfIWXwg).

**Company profile Lidl**

Lidl Italia è una catena di supermercati presente nel Paese dal 1992 che dispone attualmente di una rete di 730 punti vendita riforniti quotidianamente da 11 piattaforme logistiche dislocate sul territorio nazionale, impiegando complessivamente più di 21.000 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 srl a socio unico - Ufficio Comunicazione

Via Augusto Ruffo, 36 - 37040 Arcole (VR)

Tel. 045.6135100

E-mail: stampa@lidl.it