**TIKTOK, LIDIA E UN’OSPITE M¥SS-TERIOSA:  
M¥SS KETA È LA PROTAGONISTA DEL TAKE-OVER SUI SOCIAL DI LIDL ITALIA, NELLA CAMPAGNA FIRMATA CAFFEINA.**

*A un anno dall’apertura del profilo TikTok dell’Insegna e dalla creazione del personaggio di Lidia,  
Lidl Italia e Caffeina rispondono, in modo ironico e irriverente, alla curiosità della community con special guest d’eccezione.*

Settembre 2025 – Dopo dodici mesi di crescita e coinvolgimento sulla piattaforma TikTok, Lidl Italia e Caffeina inaugurano una nuova fase della comunicazione social del brand con un progetto speciale: un crossover tra creatività, engagement e cultura pop, che vede protagonista l’enigmatica Lidia e una **guest d’eccezione: M¥SS KETA**.

Questa iniziativa si inserisce nella più ampia strategia di **talkability messa in atto da Lidl in collaborazione con Caffeina e** volta a generare conversazioni spontanee e coinvolgenti sul brand. Dopo il successo di “**Ops! That Bag”** e “**Il vero fruto del amor”**, il coinvolgimento di un personaggio noto come **M¥SS KETA** rappresenta un ulteriore passo verso l’utilizzo di **nuovi linguaggi e l’intercettazione di target differenti**, esplorando modalità di espressione alternative e accattivanti.

Nata proprio per reinterpretare in modo creativo il volantino e i prodotti Lidl su TikTok, **Lidia** è diventata una figura chiave della comunicazione del brand sulla piattaforma. Graphic designer dal tono ironico e dall’attitudine inconfondibile, è oggi la **“queen delle Promo di Lidl”**, capace di trasformare le offerte settimanali in contenuti pop e originali. Il suo racconto fuori dagli schemi ha conquistato rapidamente la community, alimentando una forte partecipazione attorno a un interrogativo ancora irrisolto: chi si cela davvero dietro la voce e la “penna grafica” che animano ogni video?

Ecco perché Lidl Italia e Caffeina hanno deciso di rispondere con un progetto creativo che non rivela, ma accresce il mistero. A incarnare perfettamente questo spirito è M¥SS KETA: icona della cultura contemporanea e simbolo della libertà di essere, senza svelarsi.

“TRA ICONE DEL MISTERO, SI SA, CI SI INTENDE: PER QUESTO QUANDO LIDIA MI HA CHIESTO SE VOLEVO ESSERE PARTE DI UNA SORPRESA CHE AVEVA IN SERBO PER I SUOI LIDLINI HO ACCETTATO SUBITO! E ANCHE SENZA FACE REVEAL CI SIAMO ESPRESSE AL MEGLIO, ANZI, PIÙ POTENTI CHE MAI.”  
– **M¥SS KETA**

Dalla dimensione digitale a quella fisica, il progetto prende vita su TikTok e si completa con un’esperienza reale in store dedicata alla community. Prevede **tre momenti chiave** capaci di costruire tensione narrativa ed engagement, a partire da due video teaser già pubblicati sul canale TikTok di Lidl Italia. Nel primo, la community ascolta una nuova voce dietro al microfono; nel secondo, delle mani scorrono i commenti e rivelano una data sullo schermo. La suspense si costruisce per passi, fino al lancio del video hero: un ingresso nell’ufficio di Lidia, dove però a dominare la scena è M¥SS KETA.

Il colpo di scena arriva al telefono, con entrambe le protagoniste che – con inconfondibile ironia – ribadiscono la volontà di mantenere celata la loro identità, annunciando anche una sorpresa per la community: tre volantini speciali, disegnati a quattro mani dalle due Queen e messi a disposizione in edizione limitata.

*“La forza di un brand oggi nasce dall’ascolto attivo e dal dialogo aperto con la propria community. Con questa operazione decisamente non convenzionale per una catena di supermercati, abbiamo dato voce ai desideri dei clienti, trasformandoli in un progetto autentico e coinvolgente. Ringrazio Caffeina per lo spunto creativo e M¥SS KETA per aver interpretato alla perfezione il mood dell’iniziativa”*. – **Andrea Francesco Varisco, Direttore Acquisti Promozionali e Marketing, Lidl Italia**

La produzione video è stata curata dai **Caffeina Studios**, la casa di produzione interna di Caffeina che ha dato forma visiva e narrativa all’intero progetto, garantendone coerenza creativa e qualità esecutiva.

*“Lidia è un personaggio e un format che incarna una nuova frontiera della comunicazione di marca: il contenuto diventa narrazione, relazione e cultura pop. Questo progetto culmina il primo anno di lavoro costruito con Lidl Italia su TikTok, e rappresenta una tappa fondamentale per rendere Lidia sempre più riconoscibile, autentica e amata dalla sua community. Se oggi Lidl è leader su TikTok tra le insegne, vedrete cosa abbiamo in serbo per il futuro: the best is yet to come.”*  
 – **Tiziano Tassi, CEO di Caffeina**

Il progetto culminerà il **10 settembre 2025** con un’attivazione tra spazio fisico e digitale che rappresenta un momento chiave: presso uno **store selezionato Lidl a Milano**, prenderà vita un corner brandizzato *M¥SS KETA x Lidia*, progettato per trasformare il linguaggio della piattaforma in un’esperienza reale e memorabile. Qui, gli utenti più attivi della community – che dimostreranno di conoscere il progetto attraverso un **minigame in store** – riceveranno in premio uno dei tre **manifesti speciali in formato stampato**. Gli stessi contenuti saranno disponibili anche online, su una landing page dedicata: un ponte digitale che connette l’esperienza fisica al racconto social e viceversa.

**CREDITS**

**CAFFEINA**

Tiziano Tassi, CEO  
Federico Saccani, Executive Creative Director  
Alice Sofia Cagnani, Consulting Director

Nicola Guarino, Content Director  
Silvia Zaccarelli, Client Services Director

Laura Girola, Client Creative Director  
Francesca Marra, Client Creative Director

Chiara Laudani, Account Supervisor  
Giulia Solinas, Senior Strategic Planner  
Martina Widmann, Senior Copywriter  
Paolo Palazzo, Senior Art Director  
Valentina Lucidi, Copywriter  
Francesco Cilisto, Associate Art Director  
Federica Pilò, Senior Account Executive

Sofia Colombo Serri, Producer

Ilaria Re, Executive Producer  
Allegra Graziani, Content Creator e Motion Designer

The Producer International - Advisor

Piperita - Artist Management

**CAFFEINA**

Caffeina è una Creative Marketing Consultancy che abilita i brand e le organizzazioni ad avere un impatto tangibile nella realtà, grazie alla creazione di esperienze d’impatto che iniettano nuova energia tra persone e brand.

Vanta nel suo team oltre 230 professionisti, che lavorano a campagne di comunicazione integrata e progetti di innovazione digitale in team multidisciplinari.

Nel suo gruppo, Caffeina vanta sei verticali messi a sistema e presidiati in modo diretto o tramite agenzie specializzate: Creativity, Content, Media, Strategy, mentre la controllata Dynamo offre servizi di eccellenza in AI & Digital Product e Digital Experience.

Con questo approccio, Caffeina si pone come partner trasversale di brand e aziende, dando alla parola partner un significato composto da tre valori: fiducia reciproca, focus sugli stakeholder del progetto, e il fine di generare un impatto positivo di business per l’azienda.

Tra i brand e le organizzazioni che le hanno dato fiducia figurano leader come Paramount+, Mediaset, Ferrero, Peroni, Pittarosso, AS Roma, Juventus FC, TikTok, Kellogg's, Triumph, Samsung, Unilever, Merck, AIRC, BNL BNP Paribas, Enel, E-Distribuzione, Elica, Ariston, IGT, UnipolSai, Trenitaila, De Longhi, Lactalis, Parmalat, RADO, Luxottica, Banca Aidexa, AON, Ferrarelle, ActionAid, Chiesi Farmaceutici, Novartis, Herbalife, Amway, Sunstar.

Caffeina è riconosciuta dal Financial Times, apparsa più volte nelle liste “FT1000” Europe, nelle Classifiche di Inc.com “Inc.5000 Europe”, tra i Leader della Crescita da Il Sole 24 ORE.

**www.caffeina.com**

[**www.dynamoagency.io**](http://www.dynamoagency.io)

**LIDL**

Lidl Italia è una catena di supermercati presente nel Paese dal 1992 che dispone attualmente di una rete di circa 780 punti vendita riforniti quotidianamente da 12 piattaforme logistiche dislocate sul territorio nazionale, impiegando circa 23.000 collaboratori. L’offerta a scaffale si compone di oltre 3.500 referenze attentamente selezionate, di cui l’80% prodotte in Italia e a marchio proprio per garantire al cliente il miglior rapporto qualità-prezzo.

**www.lidl.it**