



Lidl și Tomorrowland lansează un parteneriat strategic

Lidl și Tomorrowland, cel mai mare festival de muzică electronică (EDM) din lume, anunță începutul unui parteneriat strategic pe termen lung. Această colaborare inedită va aduce un magazin pop-up Lidl chiar în inima festivalului, integrând retailerul în mijlocul unei atmosfere internaționale vibrante. Prin această colaborare, cele două branduri își propun să creeze conexiuni autentice între oameni din toate colțurile lumii, unindu-i prin intermediul muzicii, al culturii și al experiențelor memorabile împărtășite.

Parteneriatul include diverse formate și evenimente din universul Tomorrowland, inclusiv Tomorrowland, în Belgia și Tomorrowland Winter, în Franța. Oficial, colaborarea va începe la următorul eveniment ce va avea loc în luna iulie 2026, în Boom, Belgia, unde Lidl va inaugura un magazin de tip pop-up și propria brutărie Lidl. În același timp, Lidl va oferi vizitatorilor festivalului Tomorrowland fructe proaspete în locațiile special amenajate din cadrul evenimentului.

Valori comune și acoperire internațională

Recunoscut la nivel global drept unul dintre cele mai mari și mai cunoscute festivaluri de muzică, Tomorrowland atrage anual sute de mii de participanți de pe toate continentele. Evenimentul a devenit un simbol al diversității culturale, al conexiunilor multinaționale și al experiențelor memorabile împărtășite de public. Acest spirit unificator și internațional reprezintă, totodată, fundamentul parteneriatului strategic încheiat cu Lidl.

În același timp, această colaborare subliniază ambiția Lidl de a fi aproape de oameni cu produse proaspete, soluții practice și o gamă diversificată de articole în toate momentele din viața lor, în rutina zilnică, precum și în cadrul evenimentelor speciale și momentelor împărtășite cu ceilalți.

De la fructe și legume proaspete, la gustări și o selecție de produse nealimentare, magazinul Lidl din cadrul Tomorrowland reflectă diversitatea ofertei Lidl. Sortimentul este completat de Brutăria Lidl, care aduce participanților la festival produse de patiserie proaspăt coapte în fiecare zi. Astfel, această colaborare reflectă o ambiție comună puternică: de a face produsele proaspete și de calitate accesibile pentru un număr cât mai mare de oameni.

„Tomorrowland aduce împreună oameni din diferite țări și culturi. Tocmai acest sentiment de apartenență, pasiunea și energia pozitivă fac ca acest parteneriat să fie atât de interesant pentru noi. În calitate de partener de încredere în viețile oamenilor, jucăm un rol activ în crearea de momente de neuitat care inspiră – atât în timpul festivalurilor, cât și prin conținutul dedicat din Lidl Plus.” - **Robin Ruschke, Director de Marketing la Lidl Stiftung & Co. KG**



„Tomorrowland prinde viață prin conexiune, pozitivitate și crearea de momente de neuitat împreună. Suntem încântați de parteneriatul nostru cu Lidl – un brand care a evoluat mult dincolo de comerțul tradițional și continuă să surprindă oamenii cu idei creative, convingând, în același timp, prin calitatea și o prospețimea produselor. Împreună, dorim să aducem și mai multă simplitate în experiența de festival pentru participanți, pentru ca ei să se bucure de fiecare moment: de la împărtășirea meselor și descoperirea de produse noi până la grija reciprocă pe parcursul întregii lor călătorii la festival.” - **Bjorn Declerck, Director Internațional de Parteneriate Tomorrowland**

PreZero și transformarea circulară

Acolo unde se adună zeci de mii de oameni, iau naștere adevărate orașe temporare, creând mediul ideal pentru un proiect european emblematic. Tocmai aici își unesc forțele PreZero și Tomorrowland: prin optimizarea pas cu pas a gestionării deșeurilor în cadrul evenimentelor, parteneriatul va demonstra în practică cum circuitele închise ale materialelor pot contribui la independența europeană în materie de resurse. Obiectivul acestui parteneriat este conservarea riguroasă a materiilor prime valoroase pentru a reduce emisiile de CO2 și transformarea economiei circulare într-o experiență interactivă pentru comunitatea internațională. Îmbinând scalabilitatea industrială cu transparența digitală, PreZero devine motorul acestei schimbări – ca un partener puternic din ecosistemul Schwarz Group.

Acest proiect se înscrie în angajamentul pe termen lung al Lidl de a susține parteneriate care unesc oameni, consolidează comunități și aduc valoare adăugată în viața de zi cu zi a clienților. În prezent, colaborarea cu Tomorrowland este planificată pentru o perioadă de cinci sezoane de festival.

Despre Lidl

Lidl, parte a grupului Schwarz, cu sediul central în Neckarsulm, este una dintre companiile de top de pe piața de retail alimentară din Germania și Europa. Lidl operează în prezent în jur de 12.900 de magazine și peste 230 de centre logistice în 31 de țări.

La Lidl, punem preț pe un raport optim calitate-preț pentru clienții noștri. Simplitatea și orientarea către procese definesc activitățile zilnice din magazine, din centrele logistice regionale și din sediul central.

În activitatea sa de zi cu zi, Lidl își asumă responsabilitatea față de oameni, societate și mediu. Pentru Lidl, sustenabilitatea înseamnă respectarea promisiunii de calitate, din nou, în fiecare zi.

În prezent, Lidl are peste 395.000 de angajați, dintre care peste 14.000 în România, unde retailer-ul german are deschise peste 400 de magazine și 6 centre logistice.

Pentru mai multe informații, vă rugăm să vizitați:

www.lidl.ro

www.corporate.lidl.ro

www.surprize.lidl.ro

[Facebook Lidl Romania](#)

[Instagram @LidlRomania](#)

[Youtube Lidl Romania](#)

[TikTok @LidlRomania](#)

[LinkedIn@LidlRomania](#)