LIDL ET LE HANDBALL
5 ANS D'EXPLOITS AVEC LA LIDL STARLIGUE

Communiqué de presse - 9 juin 2021

Avant d'ouvrir un nouveau chapitre de son histoire avec le handball français, Lidl célèbre ses 5 saisons de Lidl Starligue et fait honneur à son partenariat avec la Ligue Nationale de Handball à l'occasion de la dernière journée, ce mercredi 9 juin. Initialement prévu sur 4 saisons sportives, Lidl a renouvelé son contrat en 2020 pour une année supplémentaire afin d'accompagner la reprise du championnat après la crise sanitaire qui a profondément marqué le sport et son économie. Avec au total 5 saisons sportives, ce partenariat, riches d'enseignements, est l'expérience de naming de championnat la plus longue du sport français. La suite de l'histoire entre Lidl et le handball s'écrira désormais avec des partenariats clubs plus ancrés dans les territoires et des activations tournées vers le handball amateur. Le détail de la nouvelle stratégie sera donné en septembre, à la reprise des championnats professionnels et amateurs.

« Notre implication aux côtés de la LNH a été déterminante dans l'histoire qui nous lie au handball. Elle a façonné notre vision du sponsoring et la contribution que nous souhaitons avoir dans le sport. Être un partenaire audacieux, être un acteur engagé, être un soutien sans faille. Le naming n'est pas un statut qui s'impose, c'est une légitimité qui se gagne par des engagements concrets et une démarche sincère. Cette ligne de conduite nous permet aussi d'ouvrir un nouveau chapitre auprès du handball français pour être au plus proche des acteurs de terrain et de toutes celles et ceux qui aiment le handball. » **précise Michel Biero, Directeur Exécutif Achats et Marketing de Lidl France**

Retour sur le naming de la Lidl Starligue

2016 : Être un partenaire audacieux

En 2016, alors que le naming de compétitions sportives est très peu développé en France, Lidl décide de relever le défi. L'enseigne s'engage dans le sponsoring avec un statut qui va lui donner les possibilités, mais aussi les responsabilités d'être un contributeur actif et de dépasser le rôle de partenaire ou un financeur. S'engager, agir, convaincre a été la feuille de route de Lidl pour réussir son entrée dans le sponsoring et son naming.

2016 – 2020 : Être un acteur engagé

Pendant ces cinq années de partenariat, Lidl s'est engagée pleinement auprès de la LNH et des clubs pour contribuer à renforcer l'attractivité du championnat. D'une part, en augmentant la visibilité et la part de voix du championnat en utilisant les canaux de communication Lidl et en investissant en médias. D'autre part, en créant un écosystème digital dédié au handball, et plus particulièrement à la Lidl Starligue.

Créé en 2016 pour renforcer la médiatisation autour du championnat de France de handball masculin et diffuser l'actualité du handball en France, le site Made In Hand est une plateforme 100% handball qui comptabilise plus de 110 000 visites par mois. Présent également sur les réseaux sociaux, Made In Hand a fédéré en quelques mois l'une des plus grandes communautés handball avec plus de 143 000 fans sur Facebook, 15 700 followers sur Twitter et 10 200 abonnés sur Instagram.

L'autre grand levier activé par Lidl a été la fan expérience en installant des fans zones sur les matchs de Lidl Starligue avec des expériences immersives inédites proposées aux spectateurs.

2020 – 2021 : Être un soutien sans faille

La reconduction du partenariat pour une saison supplémentaire a été le choix d'un partenaire responsable, conscient que le sport en général, et la Ligue Nationale de Handball en particulier, avaient besoin de se concentrer sur l'essentiel, c'est-à-dire sur les enjeux sportifs, pour pouvoir se relever.

Pour célébrer cette fin de saison et de partenariat, Lidl a mis en place avec L'Equipe un dispositif inédit. Une insertion média en réalité augmentée va permettre à plus de 2 millions de lecteurs de visionner les plus beaux exploits des 5 saisons de Lidl Starligue à partir de l'annonce presse.

En 5 ans, Lidl est devenue le 1er partenaire du handball français. Son engagement est connu par près de 1 Français sur 3 et le naming de la Lidl Starligue bénéficie de la plus grande notoriété après les championnats de football. Conscients des investissements financiers mais aussi de la sincérité de son engagement, les Français reconnaissent l'apport de Lidl dans le handball, notamment en matière d'ancrage local *.

* Source : étude Kantar

CONTACTS PRESSE

Léa Rubinsztajn
01 56 71 37 28
lea.rubinsztajn@LIDL.fr

Isabelle Schmidt
01 56 71 37 26
isabelle.schmidt@LIDL.fr

@MadeinHand