



COMMUNIQUÉ DE PRESSE - JUILLET 2020
INFORMATION SOUS EMBARGO JUSQU'AU 21 JUILLET

L214 LANCE UNE CAMPAGNE D'AMPLEUR ADRESSÉE À LIDL



Publicités parodiques sur Internet, pétition en ligne, actions de rue et campagne d'affichage devant des magasins Lidl dans 17 villes en France : L214 lance le mardi 21 juillet une campagne massive visant à dénoncer le refus de Lidl de s'engager à améliorer les conditions d'élevage et d'abattage des poulets dont il commercialise la viande.

PUBLICITÉS PARODIQUES, ACTIONS DE RUE, CAMPAGNE D'AFFICHAGE ET PÉTITION ADRESSÉE À LIDL

Après plus d'un an de dialogue infructueux avec Lidl, L214 a décidé de sortir les grands moyens afin de faire connaître les pratiques d'élevage intensif et d'abattage des poulets cautionnées par Lidl et encourager le groupe à bannir ces pratiques comme la plupart de ses concurrents en grande distribution.

Ainsi, à partir du mardi 21 juillet, une **vidéo « Allô Patron »** parodiant la célèbre publicité du distributeur « On est mal patron » ainsi qu'une série de vidéos « **ChickenNightmare** » reprenant les codes des publicités **Parkside** (la marque de bricolage de Lidl) seront diffusées sur Internet.

En parallèle, dans plusieurs villes en France, des actions auront lieu aux abords des magasins Lidl afin d'informer **les clients de l'enseigne** de son absence d'engagement, notamment à l'aide d'un tract parodiant celui du groupe (joint à notre courrier). À Lille, Lyon, Bordeaux, Nancy, Caen, Rennes et Marseille, **un camion publicitaire** se déplacera devant les magasins du groupe, exposant au public les conditions dans lesquelles sont élevés les poulets pour Lidl (les affiches sont jointes à ce courrier, en format A4). Un happening aura également lieu **devant le siège du distributeur à Rungis**.

Enfin, L214 appellera les consommateurs à signer une pétition adressée à Lidl, qui sera mise en ligne le 21 juillet sur le site dédié lidl.stopcruaute.com.

LIDL EN RETARD : L'ENGAGEMENT ATTENDU PAR LES ASSOCIATIONS DE DÉFENSE DES ANIMAUX

Intermarché, Netto, Carrefour, Casino, Système U, Auchan, Cora et Match se sont déjà engagés à bannir les pires pratiques d'élevage et d'abattage des poulets.

Aujourd'hui, L214 souhaite que Lidl les rejoigne en s'engageant à respecter au minimum les critères du European Chicken Commitment pour ses approvisionnements en viande de poulet de chair.

Baisse des densités dans les élevages, poulets à croissance moins rapide, lumière naturelle, enrichissement du milieu de vie, abandon de l'accrochage des poulets vivants à l'abattoir : ces critères, soutenus par une trentaine d'associations de défense des animaux en Europe, dont L214 en France, visent à faire disparaître les pires pratiques d'élevage et d'abattage des poulets.

Par ailleurs, L214 demande que 20 % au moins des approvisionnements de Lidl en viande de poulet proviennent d'élevages en plein air.

N'hésitez pas à nous contacter pour obtenir tous les éléments relatifs à cette campagne (informations supplémentaires, vidéos et autres visuels libres de droits).

CONTACTS

-
Hélène Gauche :
07 69 20 21 79
-
Raphaëlle Martinez :
06 99 08 35 05
-
presse@L214.com