



13.05.2015 - 09:00 Uhr

En pleine forme avec Lidl Suisse

Weinfelden (ots) -

Lidl Suisse est le nouveau sponsor principal de l'association Fitness for Kids. A partir de mai 2015, le détaillant verse les recettes des taxes de stationnement prescrites par la loi intégralement à l'association et renforce ainsi son engagement en faveur de « l'alimentation saine et de l'activité physique des jeunes ».

En Suisse, un enfant sur cinq et 41 % des adultes sont touchés par le surpoids ou l'obésité. La raison : de mauvaises habitudes alimentaires et un mode de vie sédentaire. Le surpoids et l'obésité peuvent avoir un impact négatif sur la qualité de vie des personnes concernées et provoquer des problèmes de santé. Ils augmentent le risque de différentes maladies, peuvent entraîner des troubles psychiques ou des problèmes psycho-sociaux et coûtent de plus en plus chers à la société.

En tant qu'entreprise de commerce alimentaire, Lidl Suisse prend ses responsabilités et passe à l'action. « Notre objectif consiste à nous engager davantage en faveur d'une alimentation saine et d'une activité physique des enfants et des jeunes. En tant qu'entreprise de commerce alimentaire, nous nous consacrons depuis un certain temps à ce sujet. Déjà pendant la collaboration avec la Ligue contre le cancer ces dernières années, nous avons mis un accent sur ce sujet et, dans nos magasins, nous avons pris, avec l'introduction de la caisse alternative (caisse sans sucreries ni encas gras), une mesure allant dans ce sens, » affirme le CEO de Lidl Suisse, Georg Kröll. Le partenariat à long terme engagé avec l'association Fitness for Kids, où Lidl Suisse est désormais le sponsor principal, est une autre mesure qui va dans le même sens. En plus des recettes des taxes de stationnement prescrites par la loi, Lidl Suisse soutient Fitness for Kids en mettant à la disposition de l'association des fruits qui seront distribués à l'occasion des visites dans les écoles.

Fitness for Kids s'adresse aux enfants de 6 à 12 ans ainsi qu'à leurs professeurs, leurs parents et leur entourage. Dans des activités ludiques, les enfants apprennent à prendre conscience de leur corps, découvrent le plaisir de bouger et regardent de près les principes d'une alimentation saine. Les formateurs professionnels se rendent dans les écoles et proposent un programme conçu expressément pour les enfants. L'idée est celle de Franco Carlotto, expert renommé en santé et fitness et « Mister World Fitness » à six reprises. Le programme est soutenu par l'Office fédéral de la santé publique et existe déjà depuis plus de huit ans.

Cette nouvelle collaboration entre Fitness for Kids et Lidl Suisse a été initiée par Anita Buri, animatrice et Ex-Miss Suisse. L'ambassadrice de marque, qui a conclu un contrat avec Lidl Suisse en novembre 2014, s'engage depuis longtemps en faveur de Fitness for Kids et compte parmi les représentants les plus connus de l'association. Concernant le début de la collaboration, Buri précise : « Pour les jeunes, une alimentation saine et beaucoup d'activité physique sont particulièrement importantes. Quand j'ai proposé à Lidl Suisse de soutenir Fitness for Kids, la réaction ne s'est pas fait attendre : super, c'est ce qu'on va faire. »

A propos de Lidl Suisse

Lidl Suisse dispose d'un réseau de plus de 100 magasins modernes et peut se targuer d'une présence de plus en plus dense sur le marché suisse. Depuis son entrée sur le marché en 2009, l'entreprise poursuit progressivement son expansion. Actuellement, environ 2'700 collaborateurs et collaboratrices travaillent chez Lidl et chaque mois d'autres viennent s'ajouter. Depuis novembre 2014, Lidl Suisse est membre de la Swiss Retail Federation. Lidl Suisse propose à ses clients une riche gamme de plus de 1'800 articles de consommation courante. L'offre de Lidl se distingue par la qualité et la fraîcheur de ses nombreux produits suisses. Le principe de base de Lidl est la simplicité. L'achat et la vente ont pour objectif de proposer aux clients des produits de consommation courante de meilleure qualité à un prix intéressant. Des processus de décision courts ainsi que des processus de travail simples et efficaces assurent le succès et garantissent la viabilité de l'entreprise. C'est ainsi que l'entreprise rejette consciemment les emballages inutiles ou les dépenses inutiles pour la mise en étagères et la présentation des produits dans ses magasins où la fonctionnalité représente une priorité. Cela permet aux clients de s'orienter plus rapidement et plus facilement.

Contact:

Corina Milz

Lidl Schweiz
Dunantstrasse 14
8570 Weinfelden

Tél. : +41 (0)71 627 82 00
E-mail : media@lidl.ch
www.lidl.ch
www.facebook.com/lidlch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100016795/100772578> abgerufen werden.