



LANCEMENT DE LA WEB-SERIE EVENEMENT : « FAN DE BARBECUE »

avec Ophélie Winter, Sinclair, Léa Castel, Jhon Rachid et Aude Gogny-Goubert.

Une opération de brand content exclusive, sponsorisée par LIDL,
et produite par NROLL, le studio créatif de Dailymotion Advertising.

A découvrir dès le 26 mai 2015 !



Paris, mardi 26 mai 2015 – Afin d'accompagner son opération « Fan de Barbecue » et présenter sa gamme de produits associée, l'enseigne de distribution LIDL, élue meilleure chaîne de magasins des Français en 2014-2015 a choisi NROLL, le studio créatif intégré de Dailymotion Advertising, spécialiste des talents digitaux et des contenus originaux de marque, pour l'accompagner dans son projet.

C'est au travers d'une web-série humoristique parodiant les émissions de télé-réalité dans l'univers de la cuisine que l'enseigne ambitionne de faire redécouvrir au grand public la variété de ses produits, et notamment les produits frais tels que les légumes, viandes, poissons, en donnant aux vidéonautes l'envie de mettre leurs tabliers.

Intitulée « Fan de Barbecue », la web-série met en scène cinq célébrités qui ont été sélectionnées pour participer à une émission culinaire d'un tout nouveau genre, sur le thème du barbecue : pendant cinq jours, elles vont se retrouver ensemble dans une villa de rêve et s'affronter à coup de brochettes de légumes, de côtes de bœufs ou de big fish burger pour tenter de gagner la « Brochette d'Or ». Tous les coups seront permis à condition de ne pas se griller ! Amour, tensions, gastronomie, rires et rebondissements sont les ingrédients de cette première web série produite pour LIDL.

LIDL souhaite, à travers cette web-série, présenter sa gamme de produits barbecue au grand public sur un ton glamour, ludique et plein d'humour en faisant s'affronter ces célébrités aux caractères bien trempés. Le casting mêle ainsi des personnalités, Ophélie Winter, Sinclair et Léa Castel, et figures coutumières des web-séries : Jhon Rachid et Aude Gogny-Goubert.

A partir du 26 mai, les internautes découvriront tous les quinze jours un nouvel épisode sur Dailymotion dans un espace dédié habillé aux couleurs de l'opération, et sur www.fandebarbecue-lidl.fr.

> [Découvrez le teaser dès maintenant](#) < > [Press Kit \(photos\)](#) <

A propos de Dailymotion Advertising

Dailymotion Advertising est la régie publicitaire de Dailymotion, plateforme aux 300 millions d'utilisateurs qui regardent 3 milliards de vidéos sur son player chaque mois à travers le monde (Sitecatalyst, Janvier 2015). Dailymotion est le 35e site le plus visité au monde et le premier site européen – toutes catégories confondues*. En France, 20 millions de vidéonautes regardent des vidéos Dailymotion tous les mois**.

Pionnière de la publicité digitale depuis 2007, Dailymotion Advertising propose une offre vidéo multi-écrans puissante (desktop, mobile, tablette, IPTV) et des idées et technologies créatives au service de dispositifs originaux pour les marques. Une équipe de créatifs, producteurs vidéo et digitaux, web designers et développeurs est ainsi dédiée à la conception et la production de dispositifs vidéo sur-mesure, faisant appel aux meilleurs et plus influents talents du web. En septembre 2014, Dailymotion Advertising a lancé Dailymotion Exchange, sa place de marché vidéo privée disponible dans l'ensemble des pays.

Dailymotion Advertising dispose d'équipes à Paris, New York et Palo Alto et est partenaire de régies locales majeures dans plus de 15 pays.

Plus d'informations: advertising.dailymotion.com, et rendez-vous sur : www.dailymotion.com

Contact presse : victor.ho@dailymotion.com

*Source Comscore Videometrix, Janvier 2015

**Source Médiamétrie NetRatings, Panel Vidéo Janvier 2015.

A propos de LIDL

L'enseigne de grande distribution Lidl, présente en France depuis 25 ans, compte aujourd'hui plus de 1500 points de vente et 25 000 salariés. Elle se positionne en tant que commerce de proximité, partenaire du quotidien, en offrant des produits alimentaires et non alimentaires au meilleur rapport qualité / prix. L'implication quotidienne de ses salariés et la qualité de son offre lui a d'ailleurs valu d'être élue "Meilleure chaîne de magasins, catégorie hyper et supermarchés" depuis 3 ans et "Meilleure chaîne de magasins (toutes catégories confondues)" l'année dernière.

Les spécificités de l'enseigne : une livraison quotidienne de fruits et légumes frais, 4 foires aux vins dans l'année, des ventes éphémères à succès. Depuis l'annonce en octobre 2012 de sa sortie du hard discount, l'enseigne travaille sa montée en gamme via son offre de produits et de services ainsi que des conditions d'accueil en magasin ou encore le lancement de la pub TV.

"Fan de Barbecue" est la gamme estivale de l'enseigne avec une sélection de viandes, volailles, poissons et matériels de barbecue. A découvrir jusqu'à la fin de l'été.

Contact presse : nicolas.calo@lidl.fr