



COMUNICADO DE IMPRENSA

Sintra, 30 de setembro de 2024

MARCAS PRÓPRIAS DO LIDL GERARAM QUASE MIL MILHÕES DE EUROS PARA PORTUGAL EM 2023

O Estudo de Impacto Socioeconómico, realizado pela consultora Forvis Mazars, revela que em 2023, os resultados das marcas próprias do Lidl corresponderam aproximadamente a um terço da contribuição económica total da empresa para o país, que no passado ano se traduziu em 3.078 milhões de euros, representando 1,2% do PIB português.

Cerca de 50% dos produtos de marca própria do sortido permanente do Lidl Portugal são provenientes de fornecedores portugueses.

As marcas próprias fazem parte da estratégia de atuação e são um dos pilares do modelo de negócio do Lidl. Segundo o mais recente Estudo de Impacto Socioeconómico do Lidl em Portugal, realizado pela consultora Forvis Mazars, as marcas próprias do Lidl contribuíram de forma muito positiva para a criação de riqueza e geração de emprego em Portugal, no ano de 2023.

De forma direta, indireta e induzida, as marcas próprias do Lidl geraram uma riqueza de quase mil milhões de euros para o país só no último ano (aproximadamente 1/3 do impacto económico de toda a atividade do Lidl em Portugal em 2023), o que faz com que por cada euro investido na cadeia de abastecimento de parceiros de marca própria do Lidl, tenham sido gerados na economia portuguesa 1,84 euros.

O Lidl inova e investe constantemente na sua oferta de marca própria, que representa cerca de 80% do seu sortido, tendo em conta as tendências de mercado e a constante preocupação de certificação dos seus artigos, privilegiando sempre que possível os produtos nacionais, como garantia de qualidade e num claro compromisso com os produtores locais – em 2023 cerca de metade dos produtos destas marcas no sortido permanente da insígnia, foram provenientes de fornecedores portugueses.

Lidl Portugal

Departamento de Comunicação: E: press@lidl.pt | Info: www.institucional.lidl.pt

Cunha Vaz & Associados: Sofia Duff Burnay/Joana Nunes | E: sofia.burnay@h-advisors.global/ joana.nunes@h-advisors.global



COMUNICADO DE IMPRENSA

O estudo revela ainda que no ano passado, as marcas próprias do Lidl em Portugal tiveram também um impacto significativo na geração de emprego, tendo contribuído de forma direta, indireta e induzida, para a geração de quase 24.000 empregos no país. No total, em 2023, a atividade do Lidl em Portugal contribuiu de forma direta e indireta para a geração e manutenção de 84.136 postos de trabalho, indicando que por cada posto de trabalho gerado pelo Lidl foram criados ou mantidos 10,4 novos empregos no país.

Os três setores produtivos mais impactados pelas marcas próprias, quer a nível de geração de riqueza para o país, quer a nível de geração de emprego, foram os 'Produtos da agricultura, caça e serviços relacionados', 'Produtos alimentares' e 'Produtos da pesca'.

Na totalidade, a contribuição económica do Lidl para Portugal, no ano de 2023, de forma direta, indireta e induzida, saldou-se em 3.078 milhões de euros, em linha com o período homólogo, o que representou 1,2% do PIB nacional desse ano. Desde 2014, o valor da contribuição do Lidl para o PIB português tem vindo a revelar um desempenho crescente, totalizando já quase 23 mil milhões de euros.

De acordo com Bruno Pereira, Administrador de Compras do Lidl Portugal. *“Os resultados deste estudo refletem, para além do contributo significativo da nossa atividade global para o país no ano de 2023, o importante impacto das nossas marcas próprias na economia nacional. Ficamos muito satisfeitos por poder contribuir quer para o estímulo à produção nacional e promoção dos produtos portugueses, quer para a criação de emprego, afirmando o nosso compromisso com Portugal”.*

Para Pedro Silva, Head of Consulting da Forvis Mazars: *“Foi com grande entusiasmo que colaborámos com o Lidl no desenvolvimento do Estudo de Impacto Socioeconómico em 2023. O Lidl demonstrou uma vez mais a sua importância em Portugal na criação de riqueza (1.2% do PIB nacional) e na geração e manutenção de emprego (mais de 84.000 postos de trabalho), através do impacto direto da sua atividade, mas também por via do impacto indireto e induzido nos diversos setores de atividade.*

De salientar o contributo a atividade da marca própria do Lidl, que direta e indiretamente foi responsável por mais de 30% dos resultados alcançados”.

Lidl Portugal

Departamento de Comunicação: E: press@lidl.pt | Info: www.institucional.lidl.pt

Cunha Vaz & Associados: Sofia Duff Burnay/Joana Nunes | E: sofia.burnay@h-advisors.global/ joana.nunes@h-advisors.global



COMUNICADO DE IMPRENSA

Sobre o Lidl:

Há 29 anos em Portugal, o Lidl tem cerca de 9000 colaboradores, distribuídos por 280 lojas, de Norte a Sul do país, e 4 direções regionais e entrepostos, para além da sede: Santo Tirso (Norte), Torres Novas (Oeste), Sintra (Centro) e Palmela (Sul).

Segundo o Estudo de Impacto realizado pela consultora independente Forvis Mazars, em 2023, o Lidl Portugal contribuiu com 3.078 milhões de euros a nível de geração de riqueza para o país, representando 1,2% do PIB nacional.

Em 2024, a empresa ganhou, pela terceira vez consecutiva, a certificação Top Employer, atribuída pelo Top Employers Institute, pelas suas Boas Práticas/Gestão de Recursos Humanos.

O Lidl pertence ao Grupo Schwarz e é um dos líderes de mercado a nível europeu em retalho alimentar: conta com cerca de 12.200 lojas e mais de 220 centros de distribuição e entrepostos em 32 países, apostando na disponibilização de produtos de máxima qualidade ao melhor preço e pautando-se pela simplicidade e proximidade com os seus clientes. A sua sede, na cidade alemã de Neckarsulm, é responsável pela conceção e estrutura de todos os processos standardizados.

Lidl Portugal

Departamento de Comunicação: E: press@lidl.pt | Info: www.institucional.lidl.pt

Cunha Vaz & Associados: Sofia Duff Burnay/Joana Nunes | E: sofia.burnay@h-advisors.global/ joana.nunes@h-advisors.global