



## COMUNICADO DE IMPRENSA

---

Lisboa, 7 de abril de 2025

### LIDL CELEBRA 30 ANOS DE COMPROMISSO COM OS PORTUGUESES

**O Lidl celebra 30 anos de história em Portugal, um marco que simboliza uma relação sólida e de confiança construída ao longo de três décadas. Desde a chegada ao país em 1995, o Lidl trouxe uma proposta disruptiva que transformou a experiência de compra dos portugueses, com uma promessa de qualidade a preços mais acessíveis e artigos diferenciadores.**

**Para comemorar esta data, o Lidl lança uma nova campanha dedicada aos seus 30 anos, que realça a forma como os portugueses foram conquistados pela insígnia – *30 anos depois, o Melhor está por Descobrir.***

Ao longo destes 30 anos, o Lidl tem dado resposta às expectativas e necessidades dos portugueses, destacando-se não só pela variedade e inovação dos seus produtos, mas pela sua capacidade de reinvenção e diferenciação. Nas últimas três décadas, a insígnia tem vindo a consolidar-se em Portugal como líder em várias categorias com uma oferta que passou de 650 artigos iniciais para mais de 2.600 produtos no sortido atual. O Lidl é, hoje, a marca com mais categorias premiadas pelo prémio Escolha do Consumidor.

O Lidl entrou em Portugal em julho de 1995, com a inauguração do seu primeiro centro logístico em Sintra e com a abertura simultânea de 13 lojas. Antes de completar uma década em território nacional, já estava presente em todos os distritos do país com mais de 150 lojas e 3600 colaboradores. Atualmente, o Lidl emprega cerca de 9.000 colaboradores, tem mais de 280 lojas espalhadas por todo o país e conta com quatro centros logísticos, de Norte a Sul, o que representa um investimento de quase 2 mil milhões de euros no país nos últimos 30 anos. Só na última década, o valor da contribuição do Lidl para o PIB português totalizou, de forma direta, indireta e induzida, mais de 20 mil milhões de euros, tendo em 2023 representado 1,2% do PIB nacional. Reforçando a sua presença no mercado nacional, o Lidl tem-se destacado pela proximidade aos clientes, por uma experiência de compra simples que prima pela inovação e pela consolidada qualidade e frescura dos seus artigos, aos

---

**Lidl Portugal**

Departamento de Comunicação: [press@lidl.pt](mailto:press@lidl.pt)

Press Club: Mónica Maio | T: 210 113 320 | E: [monica@pressclub.pt](mailto:monica@pressclub.pt)



## COMUNICADO DE IMPRENSA

---

melhores preços – especialmente na categoria de Frutas e Legumes, que teve entrada em Portugal em 1997 e que deixou uma marca inegável no negócio. A conhecida “Alface do Lidl” está até hoje na memória dos portugueses. Atualmente considerada uma “Love Brand”, o Lidl já é conhecido pelas suas edições limitadas de artigos com as cores e logo da marca; transporta os clientes para diferentes culturas e países através das suas semanas temáticas; promove campanhas de fidelização disruptivas onde oferece prémios impactantes aos clientes, como a campanha das Casas Lidl; e dispõe de uma oferta de produtos únicos e surpreendentes que mais ninguém tem. No Lidl as pessoas vão comprar fruta, mas podem sair com um localizador de satélites. É por tudo isto que o Lidl é a 2ª marca mais recordada em Portugal segundo o estudo ‘Tracking Genérico’ realizado pela Marktest.

A pensar no futuro, o Lidl reforça a sua premissa “Mais Lidl” colocando a sustentabilidade no centro das suas decisões de negócio, tendo sido pioneiro, no setor do retalho alimentar ao anunciar o fim da venda dos sacos de plástico em todas as lojas, desde 2019. Adicionalmente, o Lidl inova e investe constantemente na sua oferta de marca própria, que representa cerca de 80% do seu sortido, privilegiando a certificação e os produtos nacionais como garantia de qualidade, num claro compromisso com os produtores locais inclusive além-fronteiras, apoiando a exportação de artigos nacionais para 29 países onde está presente.

### **Campanha 30 Anos Lidl**

Todas estas características fazem do Lidl um supermercado diferente: um supermercado que tem tudo o que se espera, com o extra que surpreende e que mais ninguém tem. É com esta premissa de continuar a surpreender, que o Lidl assinala o seu 30º aniversário com uma nova campanha a 360° - *30 Anos Depois, O Melhor está por Descobrir*.

Marcar presença num país onde o público estava habituado a outro tipo de supermercado e a outra forma de fazer compras, não foi uma tarefa fácil. O facto é que, com a sua chegada, o Lidl trouxe alguma estranheza. Se antes era conhecido de forma redutora, hoje a história é bem diferente. Fruto da alta qualidade dos seus produtos, dos preços acessíveis, das novidades e das dinâmicas de loja que nenhum outro supermercado tem, o Lidl conquistou o coração dos portugueses.

---

#### **Lidl Portugal**

Departamento de Comunicação: [press@lidl.pt](mailto:press@lidl.pt)

Press Club: Mónica Maio | T: 210 113 320 | E: [monica@pressclub.pt](mailto:monica@pressclub.pt)



## COMUNICADO DE IMPRENSA

---

É com base nesta narrativa que esta campanha se desenvolve, lembrando o consumidor das razões que estiveram na base dessa mudança de perceção - da estranheza à paixão -, sem esquecer o futuro, provando que ainda há muitas coisas por descobrir no Lidl.

Nuno Rodrigues, Diretor Geral de Marketing e Estratégia Promocional do Lidl Portugal, afirma: *"Este é um momento de grande orgulho para nós. Celebrar os 30 anos do Lidl em Portugal é o reconhecimento de uma trajetória marcada pela confiança, inovação e compromisso com os nossos clientes, parceiros e colaboradores. Desde a nossa chegada, temos trabalhado para transformar a experiência de compra e continuar a oferecer produtos com a máxima qualidade ao melhor preço que correspondem às necessidades dos portugueses. Olhamos para o futuro com o mesmo espírito de adaptação e inovação que sempre nos guiou e continuaremos a estar ao lado dos portugueses."*

Com a criatividade d'O Escritório, esta campanha multimeios estará presente em televisão, rádio, digital, OOH, nas lojas e folhetos do Lidl Portugal. O primeiro filme arranca a 6 de abril num tom humorístico que tem vindo a caracterizar a marca.

**Veja o primeiro vídeo aqui:** <https://youtu.be/Vz1nbeC1kt8>

### **Ficha Técnica**

Produção: Blanche

Conceito criativo: O Escritório

Filme: Da estranheza à certeza

Diretor criativo executivo: Nuno Jerónimo

Diretor criativo: Francisco Barros

Diretora de contas: Mariana Figuerola

Diretor de planeamento estratégico: Zélia Moraes

Account Executive: Sara Dias

Diretor de Arte: Ruben Rodrigues

Copywriter: André Pereira

Realizado: Pedro Varela

Produtor Executivo: Pedro de Oliveira

Director de Fotografia: Pedro Varela / Martim Plantier Varela

---

### **Lidl Portugal**

Departamento de Comunicação: [press@lidl.pt](mailto:press@lidl.pt)

Press Club: Mónica Maio | T: 210 113 320 | E: monica@pressclub.pt



## COMUNICADO DE IMPRENSA

---

Figurista: Tânia Soeiro  
Make Up: FX Fito Dellibarda  
Editor: João Lobo  
1º Assis. Realização: Paulo Rebelo "Bilú"  
2ª Assistente de Realização: Ricardo Rebelo  
Chefe de Produção: Filipa Bento  
Coordenador de Produção Ana Cristina Santos

Diretor de Som: Cyril Santos/ Ricardo Sequeira  
Maquilhagem / Cabelo: Alexandra Espinhal / Susana Correia / Celeste Ferreira / Elisabete Gameiro

Chefe electricista: Pedro Gomes  
Chefe maquinaria: Luciano Manso  
Pós-Produção Audio: MUTE/ Vitor Mingates  
Locução: Pedro Ramos  
Pós-Produção Imagem: Glimpse VFX  
VFX Supervisor: Rui Romano  
Grading: Paulo Inês  
Coordenador Pós-Produção Blanche: João Lobo  
Direção de Casting: João Lobo  
Estúdio: João Frazão

### **Sobre o Lidl:**

A completar este ano 30 anos em Portugal, o Lidl tem cerca de 9000 colaboradores, distribuídos por mais de 280 lojas, de Norte a Sul do país e, para além da sede, 4 direções regionais e entrepostos: Santo Tirso (Norte), Torres Novas (Oeste), Loures (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 2025, o Lidl Portugal recebeu pela quarta vez consecutiva, a certificação Top Employer, atribuída pelo Top Employers Institute, pelas suas Boas Práticas/Gestão de Recursos Humanos.

O Lidl Internacional pertence ao Grupo Schwarz e é um dos maiores retalhistas de produtos alimentares na Europa. O Lidl Internacional conta com cerca de 12.350 lojas, mais de 220 centros de distribuição e entrepostos em 31 países e com cerca de 375.000 colaboradores, apostando na disponibilização de produtos de máxima qualidade ao melhor preço e pautando-se pela simplicidade e proximidade com os seus clientes.

---

### **Lidl Portugal**

Departamento de Comunicação: [press@lidl.pt](mailto:press@lidl.pt)

Press Club: Mónica Maio | T: 210 113 320 | E: [monica@pressclub.pt](mailto:monica@pressclub.pt)