



Mais para si.



Comunicado de Imprensa

O “Gang dos Frescos” invade lojas Lidl

O ano começa com uma invasão do “Gang dos Frescos” às lojas Lidl. Numa ação pioneira em Portugal, o Lidl propõe-se incentivar o consumo de frutas e legumes com o objetivo de combater os problemas de obesidade e fomentar uma alimentação saudável.

Entre 6 de janeiro e 26 de fevereiro, as lojas Lidl vão promover a campanha “Gang dos Frescos”, um projeto divertido e inovador que pretende sensibilizar o público, e muito particularmente os mais jovens, para a importância do consumo de frutas e legumes numa dieta alimentar saudável.

Durante este período, os clientes Lidl serão convidados a preencher uma caderneta do “Gang dos Frescos” que lhes dará acesso a colecionarem sete peluches irresistíveis - pêra, morango, banana, beringela, alho, cenoura e brócolo.

Por cada 10 euros em compras os clientes recebem um selo. Ao juntarem 20 selos, os clientes podem trocar a caderneta preenchida por um dos sete peluches disponíveis. Caso desejem completar a coleção mais rapidamente podem juntar 10 selos + 2,99 euros e, assim, obter um dos peluches da sua preferência.

Para além da presença em loja e da possibilidade de levar os divertidos peluches para casa, cerca de 48 lojas Lidl vão ser animadas com a presença de frutas e legumes gigantes com os quais as crianças vão poder interagir, recebendo brindes e livros com receitas saudáveis do “Gang dos Frescos”.



Nas lojas Lidl Portugal a qualidade e frescura das frutas e legumes é uma prioridade e sempre que possível privilegiam-se não só os produtores nacionais como também produtos de origem certificada. Como é o caso, por exemplo, da Pêra Rocha do Oeste Certificada que só no último ano representou cerca de 600 mil quilogramas em Portugal e tem sido exportado para outros países Lidl como a Inglaterra, Irlanda e França. Por sua vez a Laranja e a Clementina do Algarve Certificada representou cerca de 2,7 milhões de quilogramas em 2012/2013 e a Maçã de Alcobaça Certificada representou mais de 1,5 milhões de quilogramas, fazendo com que o Lidl, por dois anos consecutivos, tenha sido premiado como o maior vendedor nacional de maçã de Alcobaça.

Paralelamente a esta campanha, e porque o Lidl tem uma preocupação constante em combater a obesidade infantil, decorrerá em 30 escolas do ensino básico, um roadshow de sensibilização para a adoção de hábitos alimentares saudáveis através do consumo de frutas e legumes. Esta ação conta com a parceria da Direção Geral de Saúde e é uma evolução natural dos projetos “Regresso às Aulas” e “Missão: Crescer Forte e Saudável”, que desde 2011 impactaram cerca de 32.000 alunos de 110 escolas do ensino básico.

Sobre o Lidl & Cia. - Lojas Alimentares

O Lidl é uma cadeia de distribuição alimentar de origem alemã, cuja existência remonta aos anos 30. Está presente em mais de 20 países, detendo cerca de 10 mil lojas. Em Portugal, o Lidl tem 238 pontos de venda e 4 entrepostos. Atualmente, cerca de 50% dos produtos que comercializa são de produtores nacionais. Todas as lojas aceitam pagamentos com multibanco, cartões Visa, cartão Ticket Restaurant ou Euroticket, independentemente do valor das compras.

