



COMUNICADO DE IMPRENSA

Sintra, abril de 2018

“QUANTO MELHOR NOS CONHECER, MAIS NOS VAMOS VER”, PROMETE O LIDL PORTUGAL

O peixe que é ultracongelado em alto-mar; a carne 100% portuguesa e embalada na origem; o pão é fresco e as alfaces viçosas: são estes os atores principais da nova campanha do Lidl e as razões que levam os consumidores a preferir a qualidade e frescura dos produtos da marca.

“Quanto melhor nos conhecer, mais nos vamos ver”, é o mote da nova campanha de comunicação do Lidl Portugal. Coloca-se na perspetiva do consumidor com o objetivo de demonstrar a experiência de qualidade e frescura de que os consumidores Lidl beneficiam nas suas visitas às lojas da insígnia.

Com criatividade d’O Escritório e utilizando um tom humorístico, os filmes da campanha mostram os benefícios da qualidade e frescura dos produtos Lidl na perspetiva dos próprios consumidores. Dão também continuidade à campanha “Razão”, lançada no início do ano, e que tinha como racional “No Lidl o cliente tem sempre uma razão. Qual é a sua?”.

A história de um surfista que tem receio de enfrentar uma onda e que é incentivado por um amigo a viver como “se não houvesse amanhã”, tal como acontece com as alfaces do Lidl, que ao serem repostas a cada 24 horas, não têm dia seguinte. Esta é uma das situações retratadas nesta campanha para demonstrar aos consumidores a máxima frescura e qualidade, ao melhor preço, decorrente da conduta exclusiva e respeitadora do Lidl em todas as fases do processo de produção.

Nesta nova campanha ficamos também a saber que o consumidor Lidl tem acesso a peixe ultracongelado em alto-mar, tão fresco que parece vir diretamente do mar para o prato; que a carne que come, 100% portuguesa, é embalada na origem, garantindo um produto de melhor qualidade; e que o pão, cozido em fornadas pequenas e mais frequentes, está sempre fresco.

Lidl Portugal – Departamento de Comunicação Corporativa

Rua Pé de Mouro 18, Linhó | 2714-510 Sintra



COMUNICADO DE IMPRENSA

De acordo com Filipa Appleton, Diretora de Marketing do Lidl Portugal, “esta campanha pretende demonstrar, de forma humorística, os benefícios de qualidade e frescura de que os nossos consumidores usufruem no consumo dos nossos produtos, que decorre de um trabalho feito em toda a cadeia de valor no sentido de oferecer o máximo de benefícios em cada produto comercializado”.

A campanha estará presente em televisão, rádio, digital e outdoor, a partir do dia 15 de abril.

FICHA TÉCNICA

AGÊNCIA – O ESCRITÓRIO

Diretor Criativo – Nuno Jerónimo

Diretor de Estratégia – Tiago Canas Mendes

Copywriter – João Madeira da Silva/Pedro Pinho

Direção de Arte – Ruben Santos

Diretor de Contas – Mariana Figuerola

PRODUTORA - STORY

Produção Executiva – Márcia Meireles

Realizador – Pedro Varela

Diretor de Fotografia – Leandro Silva

Coordenador de pós-produção – Ricardo Montez

ESTÚDIO DE SOM - AMEBA

Diretor técnico - Victor Mingates

Sobre o Lidl:

Lidl Portugal – Departamento de Comunicação Corporativa

Rua Pé de Mouro 18, Linhó | 2714-510 Sintra



COMUNICADO DE IMPRENSA

O Lidl, empresa de retalho pertencente ao grupo alemão Schwarz, é um dos líderes de mercado a nível europeu. Tem representação em 30 países e conta com mais de 10.000 lojas, mais de 150 centros de distribuição em 28 países e cerca de 225.000 colaboradores. Há mais de 20 anos em Portugal, o Lidl tem atualmente mais de 250 lojas e 4 entrepostos no país, e continua a apostar na remodelação das suas lojas, cumprindo a promessa de Mais para Si e fornecendo produtos de máxima qualidade ao melhor preço.

O dinamismo no trabalho do quotidiano, a força como um resultado e o respeito mútuo com colaboradores e parceiros caracterizam o trabalho da empresa em todos os países onde está presente. A simplicidade e a orientação de processos determinam as operações diárias nas lojas, centros de distribuição regionais e serviços. Para o Lidl a sustentabilidade é cumprir a sua promessa de qualidade, todos os dias. A empresa foca-se onde as suas próprias ações têm efeitos reais e por isso centra-se em cinco áreas de atuação: Sortido, Colaboradores, Ambiente, Parceiros de Negócios e Sociedade.

O Grupo Schwarz é o maior retalhista alimentar da Europa desde 2014 e gerou um volume de negócios de 90,2 mil milhões de euros no ano fiscal de 2016.

Contactos

Lidl Portugal:

Departamento de Comunicação Corporativa | 219 102 124 | comunicacao@lidl.pt

Cunha Vaz & Associados:

Sofia Duff Burnay & Patrícia Brito | 210 120 600 | sb@cunhavaz.com / pb@cunhavaz.com

Site: <http://www.lidl.pt>

Facebook: <http://www.facebook.com/lidlportugal>

Instagram: <http://www.instagram.com/lidlportugal>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/lidl-portugal/>

Lidl Portugal – Departamento de Comunicação Corporativa

Rua Pé de Mouro 18, Linhó | 2714-510 Sintra