



Sintra, 3 de novembro de 2025

CAMPANHA INTERNACIONAL DE NATAL DO LIDL CONVIDA A VIVER O NATAL TODOS OS DIAS

O Lidl dá início à época festiva com o lançamento da sua nova campanha internacional sob o mote “As coisas maravilhosas valem mesmo a pena todos os dias”. A campanha vai além da publicidade sazonal tradicional e posiciona-se como uma continuação estratégica da campanha internacional "Lidl. Vale Mesmo a Pena."

O Natal é considerado por muitos como a época mais maravilhosa do ano — um período em que fazemos um esforço especial para levar alegria aos outros. Mas, e se esta atitude não se limitasse a apenas umas semanas do ano? É precisamente aqui que a campanha de Natal do Lidl intervém, convidando-nos a transportar estes pequenos gestos de apreço e carinho para o nosso quotidiano. Desta forma, a campanha reflete a imagem do Lidl, que se caracteriza pela simplicidade, qualidade e compromisso com um futuro que vale a pena viver para todos e que se expressa no *claim* internacional “Lidl.Vale Mesmo a Pena”.

Um dos pilares da campanha é precisamente a promoção da alimentação consciente, mais equilibrada e sustentável, inspirada nos princípios da dieta da Saúde Planetária (PHD - Planetary Health Diet). O Lidl aposta numa ementa natalícia com opções de base vegetal, demonstrando que é possível desfrutar de refeições deliciosas e festivas de forma consciente, sem abdicar do sabor. Desta forma, a insígnia reforça o seu compromisso com a saúde e o bem-estar dos consumidores, convidando-os a experimentar novas formas de cozinhar e celebrar de forma mais responsável.

Como parte da sua estratégia de responsabilidade social, o Lidl vai também apoiar instituições de solidariedade social em todos os países, através de campanhas nacionais.

Em Portugal, o Lidl convida os seus clientes a apoiarem o bem-estar da população sénior, sob o mote “Cuidar de quem já cuidou de nós vale mesmo a pena”. Entre 10 de novembro e 7 de dezembro, por cada embalagem de lombos ou postas de bacalhau certificado MSC vendida, 1 euro reverte para apoiar três Instituições Particulares de Solidariedade Social (IPSS) com projetos dedicados aos seniores:

1. [Associação Coração Amarelo](#), que presta apoio e companhia a pessoas idosas em situação de isolamento;



2. [Cruz Vermelha Portuguesa](#), que promove programas de autonomia e envelhecimento ativo;
3. [RUTIS – Rede de Universidades da Terceira Idade](#), que incentiva a aprendizagem contínua e a participação social.

O valor angariado será dividido equitativamente entre as três instituições, contribuindo para iniciativas que promovem a autonomia, o bem-estar e a integração dos seniores na vida comunitária.

Com esta campanha de angariação de fundos, o Lidl reafirma o seu compromisso de impactar positivamente a sociedade e o ambiente para além das suas operações comerciais, contribuindo assim para um futuro sustentável.

A campanha será divulgada em 31 países. O filme internacional estreou na televisão no dia 2 de novembro, com presença subsequente em redes sociais, YouTube e formatos *out-of-home*. Com uma narrativa emocional e inspiradora, o filme demonstra que o espírito de Natal pode e deve viver dentro de cada um de nós, todos os dias.

O vídeo da campanha está disponível no [Link](#).

Sobre o Lidl:

A completar este ano 30 anos em Portugal, o Lidl tem mais de 8000 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, ao longo dos últimos 30 anos, o Lidl Portugal contribuiu com 44 mil milhões de euros para a criação de valor para o país, permitindo criar e manter cerca de 90.000 postos de trabalho.

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 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.