



Sintra, 2 de março 2026

LIDL ALIVIA ORÇAMENTO FAMILIAR COM 10 ANOS DE COMPRAS GRÁTIS - 360.000€ EM PRÉMIOS

Com um valor total em prémios de 360.000€, a insígnia vai oferecer o equivalente a 10 anos de compras grátis a 10 clientes, reforçando o apoio às famílias num contexto de pressão no cabaz alimentar.

O Lidl inicia o mês de março com aquela que se assume como uma das maiores e mais ambiciosas campanhas de fidelização anual da marca. Sob o mote "Patrocina-me, Lidl", a marca vai distribuir um total de 360.000€ em prémios, transformando a experiência de compra num benefício estrutural de longo prazo para os seus clientes mais fiéis.

10 Vencedores, 10 Anos de Compras

A decorrer entre 2 de março e 4 de abril, esta iniciativa de fidelização exclusiva para utilizadores da App Lidl Plus destaca-se pelo valor da sua oferta:

- 10 Vencedores no total, com a seleção de dois vencedores por semana.
- 36.000€ por Prémio: cada vencedor receberá um cartão de utilização exclusiva nas lojas Lidl, pré-carregado com este montante, equivalente a 300€ mensais durante 10 anos.

Por cada 15€ em compras identificadas com a App Lidl Plus, é gerada uma participação que deve ser submetida digitalmente na App.

Com esta estratégia, o Lidl não só promove a frequência de compra, como consolida o seu ecossistema digital, oferecendo uma solução real à inflação alimentar.

Luis Alcalde, Chief Customer Officer do Lidl, sublinha: "O lançamento da campanha 'Patrocina-me, Lidl' reforça a nossa liderança em preço, aliando simplicidade e proximidade. Com uma oferta focada na frescura e qualidade, garantimos que os nossos clientes conseguem fazer as suas compras completas, demonstrando que, para nós, cada cliente vale mesmo a pena."

Para complementar esta iniciativa de longo prazo, o Lidl atua também no imediato. Entre 2 e 29 de março, a insígnia implementa uma redução direta de preços em cerca de 70 produtos de categorias essenciais, com um desconto médio de 15% (atingindo máximos de 28%). A seleção destes artigos é



transversal a produtos alimentares, higiene e limpeza, com o objetivo de gerar impacto imediato na despesa corrente das famílias.

Entre os produtos incluídos encontram-se, por exemplo, atum ao natural com redução de cerca de 28%, champô familiar com desconto semelhante, arroz agulha com uma redução superior a 20%, bem como azeite virgem e bebidas vegetais com reduções na ordem dos 11% a 19%, ilustrando a diversidade da seleção e o potencial de poupança em diferentes momentos de consumo.

Uma Estratégia de Duplo Impacto

Ao combinar o impacto imediato no talão de compra com a possibilidade de um "patrocínio" para a próxima década, o Lidl posiciona março como um mês de defesa ativa do poder de compra. A insígnia reafirma assim a sua proposta de valor: aliviar a despesa corrente enquanto cria oportunidades de poupança futura com impacto prolongado.

Sobre o Lidl:

Há 30 anos em Portugal, o Lidl tem mais de 8000 colaboradores, distribuídos por mais de 285 lojas, de Norte a Sul do país e, para além da sede, 4 direções regionais e centros logísticos em 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.

Reconhecido como Top Employer há cinco anos consecutivos, o Lidl reforça uma proposta de carreira assente na segurança contratual imediata, na progressão sustentada e num pacote de benefícios focado no bem-estar total dos seus colaboradores.

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.