



Sintra, 25 de maio de 2026

CABAZ DE 63 BENS ESSENCIAIS CUSTA 154€ NO LIDL: MARCA REFORÇA LIDERANÇA DE PREÇO COM CAMPANHA IVA ZERO.

O Lidl acaba de lançar uma nova campanha promocional de apoio ao orçamento familiar, uma iniciativa que reforça o compromisso da insígnia com as famílias portuguesas. De 25 de maio a 7 de junho, os clientes com a App Lidl Plus beneficiam de um desconto equivalente ao valor do IVA aplicável a 63 produtos alimentares, que compõem um cabaz de bens essenciais com o valor global de 154 euros.

Numa altura em que o custo de vida continua a pressionar o orçamento das famílias, o Lidl concretiza aquilo em que acredita: poupar não deve ser um privilégio, mas uma realidade acessível a todos. Esta campanha, desenhada para ser prática, direta e sem complicações, é mais um passo nesse sentido.

Na prática, durante estas duas semanas, a iniciativa incide numa seleção que reflete a diversidade e a abrangência de uma compra familiar típica, cobrindo categorias como Frutas e Legumes, Talho, Peixaria, Laticínios, Padaria e Mercearia. Em destaque estão artigos como dourada, pescada, lombinhos de frango, costeletas do lombo de porco, ovos, arroz, esparguete, feijão, farinha, açúcar, sal grosso, azeite virgem extra, laranjas, maçãs, leite meio-gordo e queijo flamengo, entre muitos outros.

Para usufruir da oferta, basta ter a App Lidl Plus instalada e utilizá-la no momento do pagamento. Os produtos que integram o cabaz estão disponíveis para consulta em [lidl.pt](https://www.lidl.pt). Graças à sua variedade e flexibilidade, este conjunto de bens permite a elaboração não só de pequenos-almoços e lanches, mas também de 11 a 12 refeições principais (almoço ou jantar) ao longo de uma semana para um agregado familiar composto por três pessoas — a dimensão média em Portugal, segundo o Instituto Nacional de Estatística.

Luis Alcalde, Chief Customer Officer do Lidl, reforça que, *“a nossa missão é clara: estar ao lado dos portugueses nos momentos em que a poupança é mais necessária. Há mais de 22 meses consecutivos que assumimos a liderança em preço no mercado nacional, e este cabaz é a prova contínua de que a máxima qualidade Lidl é acessível a todos, permitindo que as famílias levem para casa tudo o que precisam pelo preço mais competitivo de Portugal.”*

Esta campanha surge na sequência do plano contínuo de apoio às famílias que o Lidl tem vindo a desenvolver desde o ano passado. Só em 2025, a insígnia baixou o preço de cerca de 600 artigos. Já no corrente ano de 2026, no passado mês de março, o Lidl dinamizou uma estratégia de duplo impacto que incluiu, uma vez mais, a redução direta de preços — com um desconto médio de 15% — em cerca de 70 produtos de categorias essenciais. Em paralelo, lançou a campanha "Patrocina-me,



Lidl", que distribuiu um total de 360 mil euros em prémios, oferecendo o equivalente a 10 anos de compras grátis a 10 clientes.

Sobre o Lidl:

Há 30 anos em Portugal, o Lidl tem mais de 8000 colaboradores, distribuídos por mais de 290 lojas, de Norte a Sul do país e, para além da sede, 4 direções regionais e centros logísticos: 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 2026, o Lidl Portugal recebeu pela quinta vez consecutiva, a certificação Top Employer, atribuída pelo Top Employers Institute, pelas suas Boas Práticas de 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.