



Sintra, 18 de junho 2026

LIDL E TOMORROWLAND JUNTOS EM PARCERIA ESTRATÉGICA

Ambiente de festival internacional, pessoas de todo o mundo e, no centro de tudo, uma loja pop-up do Lidl: o Lidl e o Tomorrowland, o maior festival de EDM (Electronic Dance Music), iniciam agora uma parceria estratégica de longo prazo. Juntas, as duas marcas têm como objetivo unir as pessoas através da música, da cultura e de experiências partilhadas.

A parceria inclui vários formatos e eventos em todo o universo do Tomorrowland, incluindo o Tomorrowland na Bélgica e o Tomorrowland Winter em França. A colaboração arranca oficialmente no próximo evento, em julho de 2026, onde o Lidl irá disponibilizar aos visitantes do festival em Boom, na Bélgica, uma loja pop-up e uma padaria própria do Lidl, deliciando-os também com fruta fresca nas “Fresh Food Stations” criadas especificamente para o efeito.

Valores Partilhados e Alcance Internacional

O Tomorrowland é um dos festivais de música mais conhecidos e com maior dimensão do mundo, atraindo centenas de milhares de visitantes de inúmeros países todos os anos. O festival representa encontros multinacionais, intercâmbio cultural e experiências partilhadas. Este espírito internacional e unificador constitui também a base da parceria estratégica com o Lidl.

Ao mesmo tempo, esta colaboração reforça a ambição do Lidl de chegar às pessoas com alimentos frescos, soluções práticas e uma oferta de produtos diversificada onde a vida realmente se desenrola — tanto no dia a dia como em eventos especiais e momentos partilhados.

Desde fruta e legumes frescos a snacks e produtos não alimentares selecionados, a loja do festival demonstra quão abrangente se tornou a oferta do Lidl. A padaria complementa a seleção no local com pão e pastelaria acabados de fazer. Simultaneamente, a parceria reflete a ambição partilhada de tornar os alimentos frescos e de qualidade acessíveis a todos.



"O Tomorrowland une pessoas de diferentes países e culturas. É precisamente este sentimento de pertença, paixão e energia positiva que torna esta parceria tão entusiasmante para nós. Como parceiro de confiança, desempenhamos um papel ativo na criação de momentos inesquecíveis que inspiram as pessoas – seja durante os festivais ou através de conteúdos exclusivos na aplicação Lidl Plus."

Robin Ruschke, Head of Marketing at Lidl Stiftung & Co. KG

"O Tomorrowland assenta na união, na positividade e na criação de momentos inesquecíveis em conjunto. Estamos muito entusiasmados com esta parceria com o Lidl, uma marca que evoluiu muito além do retalho tradicional e que continua a surpreender as pessoas com ideias vibrantes, ao mesmo tempo que convence pela sua qualidade e frescura. Juntos, queremos facilitar a vida aos festivaleiros para que aproveitem cada momento da sua experiência: desde a partilha de refeições e a descoberta de novos produtos até ao cuidado com o seu bem-estar ao longo de toda a jornada no festival."

Bjorn Declerck, International Head of Partnerships Tomorrowland

PreZero: A Impulsionar a Transformação Circular

Onde dezenas de milhares de pessoas se juntam, surgem cidades temporárias — criando o ambiente ideal para um projeto piloto europeu. É precisamente aqui que a PreZero e o Tomorrowland estão a unir forças: ao otimizar, passo a passo, a gestão de resíduos no local, esta parceria irá demonstrar na prática como os circuitos fechados de materiais podem contribuir para a soberania de recursos na Europa.

O objetivo desta parceria é preservar de forma consistente matérias-primas valiosas, reduzindo assim as emissões de CO₂, e tornar a economia circular uma experiência interativa para uma comunidade internacional. Ao combinar a escalabilidade industrial com a transparência digital, a PreZero atua como uma força motora para esta transformação — enquanto parceiro de peso do ecossistema do Grupo Schwarz.

Esta colaboração faz parte do compromisso a longo prazo do Lidl em promover parcerias que liguem pessoas, fortaleçam comunidades e deem um contributo positivo para o dia a dia dos clientes. A colaboração com o Tomorrowland está inicialmente planeada para cinco edições do festival.

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.