



Sintra, 13 de julho de 2026

LIDL RENOVA MARCA ALESTO E ELEVA A FASQUIA DOS SNACKS SAUDÁVEIS

- **A marca de frutos secos e frutos desidratados do Lidl surge completamente renovada, aliando um perfil mais moderno aos objetivos de sustentabilidade da Dieta da Saúde Planetária.**
- **Com uma nova imagem e artigos premium, a Alesto reforça a praticidade no dia a dia, com snacks equilibrados, com a máxima qualidade a preços acessíveis.**

O Lidl anuncia a evolução estratégica da marca Alesto, a sua marca própria de frutos secos e frutos desidratados. No centro desta transformação está uma identidade de marca totalmente renovada, que transita de uma marca de produto clássica para uma marca moderna focada no bem-estar e no prazer consciente.

Com um perfil mais vincado e uma nova apresentação das embalagens, a Alesto posiciona os seus artigos premium no ponto de encontro da nutrição equilibrada, tornando-se a resposta certa para qualquer momento e estilo de vida — seja como um snack energético para o desporto, um companheiro de escritório ou para um momento relaxante em casa.

O novo posicionamento da marca vai além do visual moderno e associa-se diretamente aos objetivos de sustentabilidade do Lidl através da sua estratégia de "Alimentação Consciente", promovendo alternativas de base vegetal e reforçando a consciencialização para uma alimentação saudável e sustentável. Ao fazê-lo, o Lidl alinha-se com as diretrizes científicas da Dieta da Saúde Planetária.

Um marco central neste processo é o aumento das fontes de proteína de origem vegetal em relação às de origem animal, alcançando uma proporção de 20% até 2030, bem como aumentando a proporção de cereais integrais em relação ao total de cereais nos seus produtos para 10% (ano-base de referência 2023). É exatamente aqui que entram os frutos secos. Sendo o verdadeiro produto central da Alesto, estes fornecem ácidos gordos insaturados valiosos, proteínas vegetais e fibra dietética, tornando-se o elemento perfeito para um consumo de snacks equilibrado. Por exemplo, as nozes são uma fonte de ómega-3*, enquanto as amêndoas e os cajus contêm magnésio. Desta forma,



a Alesto combina um pequeno momento de prazer diário com um valor acrescentado para uma alimentação equilibrada.

Por trás dos elevados padrões de qualidade da marca está uma tecnologia eficiente de última geração. Após uma seleção cuidadosa nos países de origem, a maioria das referências da Alesto é processada, parcialmente transformada e embalada nas fábricas ultramodernas da Solent em Rheine e Übach-Palenberg, na Alemanha. Como estas unidades integram a Schwarz Produktion, quase todas as etapas de processamento — excluindo o cultivo — permanecem no Grupo Schwarz, garantindo processos locais otimizados e snacks sempre frescos nas prateleiras.

“A Alesto evoluiu para se tornar uma marca que representa a alegria de petiscar e que encanta as pessoas com a sua seleção de artigos. Promovemos a facilidade no dia a dia através de um prazer descomplicado e de uma grande variedade. Ao fazê-lo, estamos a focar-nos consistentemente na transparência, fiabilidade e qualidade”, explica Sebastian Hein, Head of Brand na Lidl Stiftung & Co. KG.

Para apoiar este lançamento e criar uma forte ligação com os consumidores que procuram uma nutrição consciente sem abdicar do sabor, o Lidl lança também uma nova campanha omnicanal. Esta campanha alia os factos de qualidade do produto a situações humorísticas do quotidiano. [Acede aqui](#) à página da campanha da Alesto.

A imagem renovada da Alesto vai entrar de forma gradual nas prateleiras de todas as mais de 290 lojas Lidl de norte a sul do país, mantendo o compromisso de máxima qualidade ao melhor preço.

* Ácidos gordos Ómega-3 [ácido alfa-linolénico]: 9,9 g / 100 g de nozes

Magnésio: uma média (Ø) de 260 mg por 100 g de amêndoas, 258 mg por 100 g de cajú

Sobre a Alesto:

A Alesto — disponível no Lidl — é sinónimo de frutos secos e frutas desidratadas de alta qualidade. Quer seja como um snack energético antes do desporto ou um maminho no sofá, seja ao natural ou surpreendentemente tostados — a Alesto é a escolha versátil para todos os momentos. O amplo sortido de frutos secos, misturas e frutas desidratadas foi pensado tanto para apreciadores conscientes como para quem procura um snack rápido e natural no seu dia a dia. Oferece o equilíbrio perfeito entre o consumo consciente, o verdadeiro prazer de petiscar e todos os momentos intermédios — qualidade naturalmente boa ao preço tipicamente justo do Lidl.

[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 12.900 lojas, mais de 230 centros de distribuição e entrepostos em 33 países e com mais de 395.000 colaboradores, apostando na disponibilização de produtos de máxima qualidade ao melhor preço e pautando-se pela simplicidade e proximidade com os seus clientes.