



Sintra, 1 de setembro de 2026

LIDL REDUZ PREÇOS ATÉ 31% E CONSOLIDA DESCIDA EM MAIS DE MIL ARTIGOS

- **Nova campanha alivia o regresso das famílias à rotina, com reduções de até 31% em 88 artigos, durante quatro semanas.**
- **Medida vem reforçar um movimento mais amplo: mais de mil produtos viram o seu preço baixar desde março de 2025.**

O Lidl reduziu os preços de 88 artigos de alimentação, higiene, beleza e limpeza, com cortes entre 5% e 31% e uma descida média de 16%. A campanha, já em vigor desde 31 de agosto, vai estender-se por quatro semanas e aplica-se diretamente ao preço em loja.

Esta nova baixa de preços dá continuidade a um movimento mais amplo: desde março de 2025 (abrangendo os dois últimos anos fiscais da insígnia), mais de mil produtos registaram reduções de preço nas lojas Lidl.

Com o fim do período de férias, as famílias regressam à organização das compras, das refeições e do orçamento doméstico. Entidades como o Banco de Portugal ou o INE apontam para a consistência da sazonalidade do esforço financeiro das famílias, identificando como um dos picos de despesa o período entre o final de verão e o início de outubro. Os dados do Banco de Portugal sobre crédito ao consumo em outubro do ano passado, por exemplo, voltaram a indicar um aumento homólogo de quase 15%.

É neste momento de reajuste – particularmente desafiante para as contas das famílias – que o Lidl reforça a sua proposta de valor, tornando mais acessíveis dezenas de artigos presentes nas compras do dia a dia. A seleção abrange diferentes momentos da rotina, desde a preparação de refeições à composição da despensa, passando pelos cuidados pessoais ou pela limpeza da casa.

Esta medida reflete-se de forma transversal no cabaz de compras essencial das famílias. Na área alimentar, a descida abrange bens de primeira necessidade, com reduções que chegam aos 31% no caso da aveia ou 29% no arroz, fixando estes artigos na fasquia dos 0,99 euros. Produtos de uso diário, como a manteiga ou o peixe congelado, acompanham esta tendência estrutural com quebras superiores a 20%. A iniciativa garante ainda um alívio direto em categorias fundamentais para os lares portugueses, como ovos, queijo, massas e café.



Este esforço de redução estende-se igualmente às áreas dos cuidados pessoais e limpeza doméstica. Artigos básicos da rotina, como dentífricos, rolos de cozinha e detergentes para a roupa, acompanham o movimento de descida com quebras no preço que variam entre os 14% e os 22%.

Com esta campanha, o Lidl reforça o compromisso de oferecer qualidade e variedade a preços competitivos, ajudando os clientes a gerir o orçamento familiar com maior previsibilidade.

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.