



Mais para si.



Informação à imprensa

5 de março 2015

LIDL ASSINALA 20 ANOS EM PORTUGAL COM MÚSICA EXCLUSIVA DE MARIZA LIZ E LUÍS SEQUEIRA

O Lidl Portugal celebra este ano o 20º aniversário e assinala esta data especial com uma campanha de comunicação onde a música é o elemento central, protagonizada por Marisa Liz, vocalista dos Amor Electro, e por Luís Sequeira, o jovem talento finalista do programa The Voice Portugal. As duas vozes unem-se numa música original, da autoria de Tiago Pais Dias, instrumentista dos Amor Electro, e do Fadista Hélder Moutinho, que celebra o encontro de gerações, da tradição e da modernidade, num percurso de duas décadas em Portugal.

Para assinalar o lançamento da campanha, o Lidl organizou um showcase exclusivo de Marisa Liz, vocalista dos Amor Electro e de Luís Sequeira, nas Portas do Sol, um espaço com uma localização privilegiada e uma vista única sobre Lisboa e o rio Tejo.

Inspirada no encontro entre o tradicional e o moderno, a campanha “Há 20 anos no nosso coração” celebra as duas décadas do Lidl em Portugal e a proximidade entre gerações. O Lidl Portugal quis fazer algo especial e único e assim surgiu a ideia de criar uma música original, feita por portugueses, que fossem reconhecidos pelos valores que o Lidl defende - qualidade, proximidade, emoção e ambição. Através da voz inconfundível de Marisa Liz, dos Amor Electro, e de Luís Sequeira, esta música junta duas vozes e estilos únicos que deixaram Portugal rendido à sua cumplicidade na interpretação do já clássico “Rosa Sangue” na final do concurso The Voice Portugal, que passou na RTP no final de 2014.

Para Marisa Liz foi fácil associar-se a este projeto: “Sabia à partida que iria gostar da música que iria cantar, porque era da autoria do Tiago. Não me vejo a fazer uma campanha em que não faça aquilo que é a minha profissão, que é cantar. O Lidl não quis só a minha imagem, quis que eu fizesse um trabalho que é aquilo que faço diariamente”. A vocalista dos Amor Electro revela ainda que “fiquei muito contente e orgulhosa pelo facto do Lidl se ter lembrado de mim para fazer parte da campanha dos 20 anos, e muito satisfeita com o resultado. Aquilo que conseguimos fazer todos em conjunto é um produto de qualidade. É obviamente celebrar uma marca que está instalada em Portugal há 20 anos com produtos cada vez mais portugueses”.



Mais para si.



Numa celebração do encontro de gerações, Luís Sequeira representa a juventude e o futuro. O jovem cantor, que tinha acabado de nascer quando o Lidl inaugurou as suas primeiras lojas em Portugal, partilha: “Nunca tinha feito nada do género e encarei o convite do Lidl com muito orgulho, seriedade e como um voto de confiança. A mensagem da letra está muito gira”, diz.

Para o Lidl Portugal a campanha reforça um momento de afirmação da marca junto dos parceiros e clientes, como uma insígnia que tem como missão garantir a melhor qualidade ao melhor preço, procurando adaptar-se aos gostos e necessidades dos portugueses. Com uma rede de 239 lojas espalhadas de norte a sul do país, o Lidl está cada vez mais próximo de todos, numa ótica de relação de confiança duradoura, defendendo a mensagem que caracteriza a marca em tudo o que faz: “Mais para Si”.

Sobre o Lidl & Cia. - Lojas Alimentares

O Lidl é uma cadeia de distribuição alimentar de origem alemã, cuja existência remonta aos anos 30. Está presente em mais de 25 países, detendo cerca de 10 mil lojas. Em Portugal tem 239 pontos de venda e 4 entrepostos. Todas as lojas aceitam pagamentos com multibanco, cartões *Visa*, *Euroticket* ou *Ticket Restaurant*, e *Chèque Déjeuner* independentemente do valor das compras. O Lidl é a primeira insígnia da grande distribuição a disponibilizar o pagamento contactless em todas as suas lojas.

A responsabilidade social é uma área muito relevante para a empresa que nos últimos 6 anos realizou mais de 2000 doações representando mais de 8 milhões de euros. No ano fiscal passado doou cerca de 1 milhão de euros, este ano em pouco mais de 3 semanas de angariação, o Movimento Mais para Todos ultrapassou o valor de um milhão de euros.

Mais informações em www.lidl.pt.