



COMUNICADO DE IMPRENSA

Sintra, 12 de setembro de 2019

“GUARDIÕES DA TERRA”: LIDL LANÇA NOVA CAMPANHA DE COLECIONÁVEIS QUE REFORÇA A IMPORTÂNCIA DA SUSTENTABILIDADE JUNTO DOS MAIS JOVENS

Com uma forte preocupação pela sustentabilidade – e em sensibilizar as gerações mais novas para este tema – a nova Campanha de Colecionáveis do Lidl Portugal é composta por seis Guardiões que, com os seus super poderes, vão ajudar um Planeta Terra, doente pela poluição.

Integrada na sua estratégia de sustentabilidade e com o principal objetivo de promover um comportamento sustentável junto do público mais jovem, em prol da preservação do planeta, o Lidl lança agora a sua nova campanha de colecionáveis – os “Guardiões da Terra”, sob o mote: a poluição deixou o Planeta Terra doente e, para encontrar uma solução, este convoca os seus amigos “Guardiões” para o ajudarem com os seus poderes.

A Flora, o Gotas, o Solis, a Bia e o Chamas são os cinco Guardiões, comprometidos em ajudar o Planeta Terra, num total de seis personagens apresentadas em forma de peluche e caneca, que pretendem sensibilizar os mais novos para a importância da proteção da floresta, da limpeza dos oceanos e das praias; da relevância de uma alimentação sustentável com o consumo de produtos Bio; e da necessidade de se evitar o desperdício e conservar energia.

Entre 16 de setembro e 24 de novembro, por cada 10 euros em compras, os clientes do Lidl recebem uma saqueta com um ponto e três cartas para colecionar com informação relevante sobre a preservação do nosso planeta e a urgência da sustentabilidade ambiental. No total, há 114 cartas para os mais pequenos colecionarem, que permitem jogar um jogo de tabuleiro que será vendido por 1,99 euros, para divertidos momentos de aprendizagem em família. Cada uma das seis canecas inclui um peluche Guardião da Terra, que pode ser adquirida com 15 pontos e 2,99 euros.

Lidl Portugal

Departamento de Comunicação: T: 219 102 277 | E: press@lidl.pt | institucional.lidl.pt/media-center

Cunha Vaz & Associados: Sofia Duff Burnay/Patrícia Brito | T: 210 120 600 | E: sb@cunhavaz.com/pb@cunhavaz.com



COMUNICADO DE IMPRENSA

O poder e ação de cada uma destas cinco personagens, em prol do Planeta Terra, reflete as boas práticas de sustentabilidade do Lidl, ao longo de toda a sua cadeia de valor, não só a nível de certificação de fornecedores e produto, que visa garantir a qualidade da oferta e a preservação do planeta (espelhados pelos peluches Bia, Flora e Gotas). A eficiência energética tem sido igualmente uma prioridade (visível através do boneco Chamas), assim como toda a estratégia desenvolvida em torno da sensibilização para a redução da utilização do plástico, cuja figura representativa é o Solis.

Sobre o Lidl:

O Lidl, empresa de retalho pertencente ao grupo alemão Schwarz, é um dos líderes de mercado a nível europeu. Tem representação em 32 países e conta com cerca de 10.500 lojas e mais de 160 centros de distribuição em 29 países. Há mais de 20 anos em Portugal, o Lidl tem atualmente mais de 250 lojas no país, e continua a apostar na remodelação das suas lojas, cumprindo a promessa de Mais para Si.

O Lidl aposta no fornecimento produtos de máxima qualidade ao melhor preço. A simplicidade e a orientação de processos determinam as operações diárias nas lojas, centros de distribuição regionais e serviços. A sede do Lidl, localizada na cidade alemã de Neckarsulm, é responsável pela conceção e estrutura de todos os processos standardizados.

O Lidl conta atualmente com cerca de 260.000 colaboradores em todo o mundo. O dinamismo no trabalho do quotidiano, a força como um resultado e o respeito mútuo com colaboradores e parceiros caracterizam o trabalho da empresa em todos os países onde está presente.

No quotidiano, a empresa assume a responsabilidade pelas pessoas, sociedade e ambiente. Para o Lidl a sustentabilidade é cumprir a sua promessa de qualidade, todos os dias. Assim, foca-se onde as suas próprias ações têm efeitos reais e por isso centra-se em cinco áreas de atuação: Sortido, Colaboradores, Ambiente, Parceiros de Negócios e Sociedade.

O Lidl integra o REset plastic, a estratégia para o plástico desenvolvida pelo Grupo Schwarz. Esta abordagem holística engloba cinco áreas de intervenção: do evitar ao projetar, reciclagem e remoção, não esquecendo a inovação e educação. Ao atuar desta forma, reduzimos a utilização de plástico e fechamos o círculo. Descubra mais em: www.reset-plastic.com

De acordo com a LZ Retailytics, o Grupo Schwarz é o maior retalhista alimentar da Europa, tendo gerado vendas acima dos 100 mil milhões de euros em 2018.

Lidl Portugal

Departamento de Comunicação: T: 219 102 277 | E: press@lidl.pt | institucional.lidl.pt/media-center

Cunha Vaz & Associados: Sofia Duff Burnay/Patrícia Brito | T: 210 120 600 | E: sb@cunhavaz.com/pb@cunhavaz.com