



## COMUNICADO DE IMPRENSA

---

Sintra, 2 de março de 2020

### **“EM MARÇO SÓ SE FALA NO LIDL” REGRESSA COM PRÉMIOS IRRESISTÍVEIS: 360.000 EUROS PARA AJUDAR OS PORTUGUESES NO SEU ORÇAMENTO FAMILIAR**

**Depois do sucesso da primeira edição, eis que regressa um dos concursos mais aguardados - “Em março só se fala do Lidl” – com prémios irresistíveis para ajudar os portugueses nas suas despesas familiares: 10 mil euros por dia e um prémio final de 50 mil euros.**

Dez mil euros por dia, durante um mês, ou 50 mil euros no final do concurso são os prémios incríveis que o Lidl Portugal tem para oferecer a todos os seus clientes, num total de 360.000 euros. De 1 a 31 de março, sempre que fizerem compras numa loja Lidl, habilitam-se à oportunidade de ganhar um destes prémios em cartão pré-pago, aliviando o peso do orçamento familiar.

A mecânica de participação no concurso é simples: por cada 15 euros em compras, os clientes ficam habilitados aos prémios diários e ao prémio final, bastando para isso que registem os seus talões no site do concurso: <http://www.lidl.pt/fala-do-lidl>

Apenas será necessário registar o talão uma vez, introduzindo o código do mesmo, assim como o valor de compra. No entanto, se as compras atingirem o valor de 30 euros, o cliente habilita-se a ganhar o prémio duas vezes, se o valor atingir os 45 euros, três vezes, e assim sucessivamente. Os clientes deverão guardar todos os talões originais registados no site do concurso durante o período da campanha, até dia 9 de maio, data em que serão conhecidos todos os vencedores.

Para divulgação do concurso, estará *on air*, a partir de 1 de março, uma campanha multimeios com a criatividade d’O Escritório, presente em televisão, rádio e digital e nas lojas, folhetos e newsletter do Lidl Portugal. Num tom descontraído e com o humor já presente na campanha de 2019, o filme retrata vários clientes a falarem sobre o novo concurso do Lidl em diversas ocasiões da sua rotina diária: ao telefone, num jantar de amigos, à entrada do prédio, com a vizinha, - sempre ao ritmo e métrica do *hit* “Follow the Leader”, dos Soca Boys, explicando a campanha em que todos os portugueses vão querer participar.

---

#### **Lidl Portugal**

Departamento de Comunicação: T: 219 102 277 | E: comunicacao@lidl.pt

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



# COMUNICADO DE IMPRENSA

---

## FICHA TÉCNICA

AGÊNCIA: O ESCRITÓRIO

Creative Director: Nuno Jerónimo

Account Director: Mariana Figuerola

Account Manager: Rita Dias

Copywriter: Pedro Pinho / Ivo Martins

Art director: Eduardo Pastor

## Equipa:

Realização: Tommi Berte

Direção de Fotografia: Leandro Ferrão

Produção Executiva: Miguel Varela

Produção: Claudia Costa

Produção: Celina Morais

Assistente de Realização: Cesario Monteiro

Direção de Arte: Carla Brazão

Guarda- Roupa: Kali Quaresma

Make Up: Antónia Rosa

Cabelos: Maria Meneses

1ª Assistente de Imagem: Nuno Fazenda

2ª Assistente de Imagem: Henrique Pena

Chefe Eletricidade: Sérgio Pontes

Chefe Maquinista: Davide Valente

Coordenação de Pós Produção: Patrícia Tavares

Ass. Coordenação Pós-Produção: Beatriz Pereira

Edição: André Adam

On Line: Ingreme

Som: Ameba

---

## Lidl Portugal

Departamento de Comunicação: T: 219 102 277 | E: comunicacao@lidl.pt

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



## COMUNICADO DE IMPRENSA

---

### **Sobre o Lidl**

Há quase 25 anos em Portugal, o Lidl tem cerca de 6800 colaboradores, distribuídos por mais de 250 lojas, de norte a sul do país, e quatro direções regionais e entrepostos, para além da sede: Famalicão (Norte), Torres Novas (Oeste), Sintra (Centro) e Palmela (Sul). Segundo um Estudo de Impacto realizado pela consultora independente KPMG, em 2018, o Lidl Portugal contribuiu com 2.120 milhões de euros a nível de geração de riqueza, representando 1% do PIB nacional.

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 10.800 lojas e mais de 160 centros de distribuição em 29 países.

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 287.000 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.

De acordo com a LZ Retailytics, o Grupo Schwarz é o maior retalhista alimentar da Europa, tendo gerado vendas superiores a 100 mil milhões de euros no ano fiscal de 2018.

---

### **Lidl Portugal**

Departamento de Comunicação: T: 219 102 277 | E: comunicacao@lidl.pt

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