



COMUNICADO DE IMPRENSA

Sintra, 04 de maio de 2020

NOVA CAMPANHA DO LIDL MOSTRA QUE “QUEM USA A CABEÇA, USA CIEN”

Lidl reforça o conceito de “beleza inteligente” com a nova campanha de publicidade que promove as gamas Cien Banho e Cien Hidratação do corpo, que aliadas à máxima qualidade ao melhor preço, asseguram a escolha perfeita.

Conhecida por apresentar uma elevada qualidade a um preço acessível, a marca Cien, exclusiva do Lidl, continua a demonstrar que o conceito de beleza passa também por fazer escolhas inteligentes, com foco na relação qualidade-preço, não apenas a nível de cremes de rosto, mas também nas gamas de Banho e Hidratação do corpo.

Com o conceito “Quem usa a cabeça, usa Cien”, num tom descontraído e com o humor já característico da marca, o filme da campanha mostra de forma subliminar que pessoas astutas escolhem Cien, porque rapidamente percebem que nestas gamas podem ter a melhor qualidade a preços mais baixos.

As gamas de Banho e Hidratação do corpo, com ingredientes como argão, amêndoas, aveia, aloé vera, entre outros, apresentam propriedades de excelência. A marca Cien já arrecadou inúmeros prémios - como Escolha do Consumidor 2020 e 2019 na categoria ‘Marca de Distribuição Higiene e Beleza’, Top Beleza e Produto do Ano 2018 e 2019, Top Beleza 2017, ‘Melhor do Teste’ da Deco Proteste com o Protetor Solar Infantil 50+ de Cien Sun -, e possui mais de 100 referências de produtos em vários segmentos, desde os cuidados de rosto, à maquilhagem, passando pelos produtos de banho, corpo e pelos solares. Cien caracteriza-se como a escolha inteligente, provando que é possível ter produtos de excelência a preços acessíveis, como gel de banho de aveia e limão por 0,99€, champô reparador por 1,99€, creme hidratante por 1,59€, leite de limpeza por 1,19€, creme hidratante rosto 24 horas por 2,99€, entre outros.

Com a criatividade d’O Escritório, a nova campanha de Cien foi lançada no dia 3 de maio em televisão, digital e social media.

Lidl Portugal

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

Press Club: Margarida Borges | T: 21 011 33 20 | E: margarida@pressclub.pt



COMUNICADO DE IMPRENSA

Ficha Técnica

AGÊNCIA: O ESCRITÓRIO

Creative Director: Nuno Jerónimo

Account Director: Mariana Figuerola

Copywriter: Francisco Barros

Art director: Ana Pais/Rita Castelo Branco

Equipa:

Realização: Tommi Berté

Direção de Fotografia: João Natividade

Produção Executiva: Miguel Varela

Produção: Cláudia Costa

1ª Assistente de Imagem: Miguel Varandas

Direção de Arte: João Madeira

Make Up: Antónia Rosa

Coordenação de Pós Produção: Patrícia Tavares

Edição: André Adam

Color Grading: Light Films

On Line: Ingreme

Som: Ameb

Sobre o Lidl

Há quase 25 anos em Portugal, o Lidl tem cerca de 6800 colaboradores, distribuídos por mais de 255 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.

Lidl Portugal

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

Press Club: Margarida Borges | T: 21 011 33 20 | E: margarida@pressclub.pt



COMUNICADO DE IMPRENSA

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: press@lidl.pt

Press Club: Margarida Borges | T: 21 011 33 20 | E: margarida@pressclub.pt