



## COMUNICADO DE IMPRENSA

---

Sintra, junho de 2020

### LIDL REFORÇA SORTIDO VEGAN, ATRAVÉS DA SUA MARCA PRÓPRIA, NEXT LEVEL MEAT

**Para responder à crescente procura por produtos vegan e saudáveis, o Lidl integrará no seu sortido dois novos artigos da marca Next Level Meat, que vêm complementar a oferta da insígnia nesta categoria.**

Nos dias de hoje, os consumidores preocupam-se cada vez mais com os seus hábitos alimentares, optando por uma alimentação saudável e escolhas mais conscientes. Acompanhando as tendências, o Lidl vem reforçar a sua oferta vegan com duas novidades que comprovam a máxima qualidade ao melhor preço, sem abrir mão do sabor.

Feitos a partir de proteína de ervilha, rica em fibras e vitaminas, soja e trigo, o novo Hambúrguer e Picado 100% vegans do Lidl são mais duas opções nutritivas para quem opta por uma alimentação vegana ou vegetariana, ou para quem procura alternativas para reduzir o consumo de carne, já que ambos apresentam diferenças quase insignificantes no sabor, textura e cheiro quando comparados com a carne.

Para além de complementarem a oferta vegan da insígnia, os dois novos artigos demonstram que é possível encontrar produtos saudáveis e com ingredientes de excelência ao melhor preço, garantido a sua máxima qualidade, frescura e sustentabilidade da cadeia de fornecimento – são economizadas 91% das emissões de CO<sub>2</sub>, em comparação com um hambúrguer de carne bovina. Desta forma, é libertada uma quantidade de dióxido de carbono substancialmente inferior para a atmosfera, contribuindo positivamente para a proteção ambiental, já que o mesmo contribui para o aumento do aquecimento global. Adicionalmente, ao prescindir do recurso à criação de carne e de fábricas, há também uma poupança de água, aliviando o ecossistema.

Em Portugal, a oferta fixa Vegan no Lidl tem vindo a aumentar e é muitas vezes complementada com as semanas *Vemondo*, dedicadas ao vegetarianismo e ao veganismo, que apresentam uma oferta alargada de artigos, e é possível conhecer e experimentar novos produtos como salsichas vegetarianas, massa recheada vegan, falafel, entre outros. Também a nível de ‘pronto a comer’ esta tendência tem

#### Lidl Portugal

Departamento de Comunicação: T: 219 102 277 | E: [press@lidl.pt](mailto:press@lidl.pt)

Press Club: Margarida Borges | T: 21 011 33 20 | E: [margarida@pressclub.pt](mailto:margarida@pressclub.pt)



## COMUNICADO DE IMPRENSA

---

vindo a ganhar especial interesse, como os wraps de húmus e falafel ou salada de quinoa e bulgur da gama Chef Select, disponíveis durante o período do verão.

### **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.

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](mailto:press@lidl.pt)

Press Club: Margarida Borges | T: 21 011 33 20 | E: [margarida@pressclub.pt](mailto:margarida@pressclub.pt)