



COMUNICADO DE IMPRENSA

Sintra, 23 de fevereiro de 2017

MY LIDL WORLD, UM JOGO GRATUITO ONDE O VIRTUAL E O REAL SE UNEM PARA FACILITAR A IDA ÀS COMPRAS

O My Lidl World, um jogo de retalho para IOS e Android, foi desenvolvido pelo Lidl a pensar nos desafios que os pais têm quando vão as compras com os filhos, e promete aliviar o processo unindo o mundo virtual com o das lojas físicas. A aplicação vai permitir que as crianças desenvolvam o seu próprio negócio, proporcionando aprendizagens educativas, com ativação também nas lojas reais. Desta forma, o jogo tem como objetivo divertir, ensinar e descomplicar a ida de toda a família ao Lidl.

No âmbito do Digital Learning Day, que se celebra a 23 de fevereiro, o Lidl Portugal lança um jogo de retalho em Portugal para toda a família de forma a tornar as idas às compras em algo simultaneamente divertido e pedagógico. Este jogo foi desenvolvido a nível internacional sendo Portugal um dos primeiros países a ter.

Patrícia Dias, professora e investigadora do Centro de Estudos em Comunicação e Cultura (CECC) da Universidade Católica Portuguesa (UCP) explica que, “as tecnologias digitais estão presentes na vida das crianças e, portanto, são também parte integrante da educação que recebem em vários contextos. Desta forma, as tecnologias devem ser usadas ao serviço de outras aprendizagens, relacionadas com o currículo. É necessário saber utilizar as tecnologias estrategicamente, ou seja, saber escolher o conteúdo e o tipo de dinâmica a realizar em função das aprendizagens pretendidas”.

Numa estrutura inicial de três níveis, cada jogador deve tomar conta do seu próprio negócio, sempre com o objetivo de fazê-lo crescer de um mercado local inicial para um supermercado de maior envergadura. Para isso, é necessária uma gestão eficiente dos recursos, e claro, garantir a máxima satisfação dos consumidores.

Para o negócio crescer e melhorar as suas infraestruturas, como a compra de carrinhos, a construção de estacionamento ou a contratação de colaboradores para um atendimento mais eficiente, vão ser necessárias moedas valiosas, conseguidas através da leitura dos códigos de barras produtos existentes nas lojas reais, sem ter obrigação de os adquirir. Existe, assim, uma ligação entre jogo e vida real, sendo necessário procurar os produtos fora do jogo, o que torna as idas ao Lidl mais

Lidl Portugal

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

Cunha Vaz & Associados: Sofia Duff Burnay/Joana Nunes | T: 210 120 600 | E: sb@cunhavaz.com/jn@cunhavaz.com



COMUNICADO DE IMPRENSA

divertidas e estimulantes para as capacidades intelectuais dos mais novos, promovendo também a interatividade entre pais e filhos.

Diversos perfis de clientes, como crianças, idosos, adultos, desportistas, pessoas de negócios ou pessoas com gostos gourmet, fazem compras no mercado, e para satisfazer as suas diferentes necessidades exige-se que estejam sempre disponíveis produtos frescos e que a reposição como a limpeza do stock sejam asseguradas. A máxima Lidl de qualidade ao melhor preço deve estar sempre garantida neste jogo, pois consumidores bem servidos garantem o aumento dos níveis de satisfação da loja.

A dinâmica do jogo é alterada a qualquer momento com desafios colocados através de mini jogos, levando o jogador a enfrentar as tarefas do quotidiano de uma loja. A manutenção da ordem ou a “caça ao tesouro” são disso exemplo.

O jogo My Lidl World já está disponível, gratuitamente, para IOS e Android, com funcionamento offline. Esta aplicação não solicita nem armazena dados do utilizador, de acordo com as melhores práticas de mercado.

Assim, o jogo My Lidl World procura trazer as tecnologias ao quotidiano de forma a facilitar a vida dos pais no momento das compras, promovendo a ligação entre a experiência real e o mundo virtual. De igual modo, reforça o mote “Brincar também é aprender” amplamente promovido pela marca, com a gestão consciente do próprio negócio.

Sobre o Lidl & Cia. - Lojas Alimentares

O Lidl é uma cadeia de distribuição alimentar de origem alemã, cuja existência remonta aos anos 30. Está ativo em mais de 29 países e conta atualmente com cerca de 10 mil lojas em 26 países, com mais de 375.000 colaboradores. Há mais de 20 anos em Portugal, o Lidl tem atualmente 246 pontos de venda e 4 entrepostos e continua a apostar na remodelação das suas lojas a nível nacional procurando cumprir a promessa de Mais para Si.

No seu negócio diário, o Lidl assume a responsabilidade pelas pessoas, pela sociedade e pelo ambiente. Para o Lidl a sustentabilidade é cumprir a sua promessa de qualidade, todos os dias. A empresa 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. Nesta última área e a título de exemplo, nos últimos cinco anos o Lidl Portugal doou cerca de 8 milhões de euros.

Lidl Portugal

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

Cunha Vaz & Associados: Sofia Duff Burnay/Joana Nunes | T: 210 120 600 | E: sb@cunhavaz.com/jn@cunhavaz.com