



COMUNICADO DE IMPRENSA

Sintra, 29 de setembro de 2020

LIDL ABRE CANAL DIRETO A NOVOS FORNECEDORES E REFORÇA APOIO À PRODUÇÃO NACIONAL

O novo projeto “Da Minha Terra” desafia os pequenos produtores nacionais e regionais a apresentarem as suas empresas, até ao próximo dia 31 de outubro, abrindo assim um canal direto para que mais produtos locais possam estar à venda nas lojas da cadeia.

O Lidl trabalha atualmente com 240 fornecedores nacionais e disponibiliza cerca de 860 produtos portugueses no seu sortido, pretendendo fazer crescer esses números para apoiar a produção nacional.

O apoio à produção nacional é uma das prioridades do Lidl, que ao longo dos anos tem vindo a intensificar o seu compromisso apostando num trabalho de proximidade e relações de verdadeira parceria com produtores e fornecedores portugueses. Só no ano de 2019, o Lidl ajudou a exportar 228 produtos nacionais no valor de cerca de 150 milhões de euros, impulsionando as vendas de 85 fornecedores.

Na sequência do atual contexto provocado pela pandemia, o Lidl acredita ter uma responsabilidade acrescida e por isso dá mais um passo em frente com o lançamento de uma nova iniciativa que visa dar continuidade ao apoio aos produtores portugueses, reforçando igualmente o compromisso da empresa com a economia nacional. O projeto “Da Minha Terra” vai abrir assim um canal direto destinado a produtores nacionais, nas áreas da Charcutaria, Queijos, Doces e Bolos Secos, desafiando-os a apresentarem as suas empresas e produtos, até ao próximo dia 31 de outubro.

Após uma primeira avaliação das candidaturas, tendo em conta o seu potencial, os fornecedores serão convidados, em novembro, para uma apresentação mais personalizada dos seus produtos, num ‘pitch’ que poderá ser presencial ou digital, em função do contexto de pandemia.

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

Depois de avaliadas as propostas recebidas, serão eleitos os vencedores, que passam a ter os seus produtos à venda em pelo menos 50 lojas Lidl - a nível regional ou nacional, dependendo da capacidade de fornecimento do produtor – já no próximo ano.

A qualidade é fundamental para o Lidl Portugal, pelo que os produtores candidatos terão de possuir uma certificação de qualidade mínima HACCP (entre outras que tenham), identificar produtos com certificação DOP, IGP, ETG, entre outros, identificar se são empresa com Selo PME e qual a % de matéria prima nacional no produto. Basta irem a <https://www.lidl.pt/novidades/da-minha-terra> e encontrarão toda a informação necessária para se candidatarem.

O Lidl trabalha neste momento com cerca de 240 fornecedores nacionais e disponibiliza nas suas lojas cerca de 860 produtos portugueses no seu sortido. Um aumento face a 2018, em que trabalhava com cerca de 210 fornecedores. Agora, com a iniciativa “Da Minha Terra”, esses números podem crescer.

Segundo com Bruno Pereira, Administrador de Compras do Lidl Portugal *“Lançamos este projeto agora, no seguimento do que já temos vindo a fazer em prol dos fornecedores nacionais, em contexto de pandemia e ainda antes disso, porque acreditamos que poderá ser não só uma boa oportunidade numa conjuntura económica muito desfavorável, mas igualmente para compensar a falta de escoamento de stock para o canal HORECA, que esteve encerrado”*.

Faz parte da génese do Lidl o apoio à produção nacional e este ano, em contexto Covid, a empresa não baixou os braços e continuou a ajudar os produtores nacionais:

- Em março e abril ajudou a exportar cerca de +30% de frutas e legumes do que em período homólogo.
- Em apenas dois meses e meio, entre 4 de fevereiro e 13 de abril, o Lidl ajudou a exportar o equivalente a 21 camiões carregados de laranja do Algarve para a Alemanha.
- Em março arrancou com a exportação de limão do Algarve, destinada também ao mercado alemão.
- Quadruplicou as encomendas de Atum de Santa Catarina face ao período homólogo, que iniciou as suas exportações em 2020 através do Lidl para Alemanha, Grécia e Bélgica.

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

- Respondeu ao repto do Ministério da Agricultura, tendo começado a trabalhar com seis novos pequenos produtores de vários pontos do país, disponibilizando 10 novos artigos nas suas lojas. O balanço foi muito positivo, estabeleceram-se novas parcerias e em breve o Lidl terá alguns destes artigos como oferta permanente no seu sortido.
- Apostou numa parceria com a Praxis – empresa sediada em Coimbra e o mais antigo produtor de cerveja artesanal em Portugal – para o desenvolvimento de três variedades de cervejas artesanais exclusivas, durante o período de verão.

Sobre o Lidl:

Há 25 anos em Portugal, o Lidl tem cerca de 7000 colaboradores, distribuídos por mais de 259 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 11.200 lojas e mais de 200 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 mais de 310.000 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 113 mil milhões de euros no ano fiscal de 2019.

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