



## COMUNICADO DE IMPRENSA

---

Sintra, 5 de janeiro 2021

### LIDL ARRANCA ANO ENALTECENDO A RELAÇÃO QUALIDADE PREÇO DOS SEUS PRODUTOS

**Reconhecido pelos consumidores pela sua oferta de qualidade ao melhor preço, transversal a toda a sua oferta, criteriosamente selecionada, privilegiando produtos certificados, o Lidl Portugal inicia 2021 reforçando esta premissa, que é, cada vez mais, um fator decisivo para os consumidores.**

Tendo como foco a oferta de máxima qualidade ao melhor preço aos seus clientes e uma forte aposta nas suas marcas próprias, o Lidl trabalha continuamente na adaptação e inovação da sua oferta, preocupando-se em oferecer artigos certificados que comprovam a qualidade dos mesmos, com elevados padrões sociais e ambientais.

Enaltecendo a promessa da insígnia, o Lidl Portugal inicia o novo ano com uma nova campanha multimeios sob o mote “Só se fala do preço”, destacando a qualidade e o preço dos seus produtos, explorando a ideia de que, tendencialmente, as decisões de compras única e exclusivamente pelo preço, não geram bons resultados, através de um tom descontraído e humorístico, já característico da marca. Desta forma, a insígnia reforça que os clientes encontram nas suas lojas artigos que juntam uma combinação imbatível – qualidade e preço – através de uma oferta otimizada que vai ao encontro das necessidades destes.

A mesma é composta por dois filmes. O primeiro, lançado no dia 1 de janeiro, passa-se num restaurante e tem como protagonistas uma cliente e um empregado. Enquanto a cliente faz uma série de perguntas sobre o prato de salmão, nomeadamente a origem e frescura do mesmo, o empregado dá apenas como resposta o preço, dando especial atenção a este e não tendo em consideração a qualidade do produto. O filme termina no interior de uma loja Lidl, com a mesma cliente a fazer as suas compras, constatando a qualidade e os preços acessíveis dos produtos que encontra, já que reconhece a importância destes dois fatores. Como garantia da qualidade da sua oferta, o Lidl privilegia artigos certificados no seu sortido, como o pescado de mar e aquicultura com certificação MSC e ASC, que garantem a pesca e aquicultura sustentável, respetivamente.

---

#### 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

---

O segundo filme, que será revelado no dia 8 de janeiro, mostra dois amigos numa corrida ao ar livre. Um deles repara nos calções do outro e, enquanto comenta e faz perguntas, o amigo responde apenas com o preço. Seguindo a mesma linha do primeiro filme, o segundo acaba também no interior de uma loja Lidl, com um dos protagonistas a fazer as suas compras, procurando a relação qualidade preço da marca.

Comprovando mais uma vez a qualidade dos seus produtos, o Lidl volta a ser reconhecido como 'Escolha do Consumidor 2021' nas suas marcas Milbona (Melhor Marca de Distribuição Alimentar), Três Velas (Melhor Marca de Distribuição Bacalhau), Fumadinho (Melhor Marca de Distribuição Charcutaria) e Cien (Melhor Marca de Distribuição Higiene e Beleza), tendo sido destacado pelos consumidores pelos atributos 'Qualidade dos produtos', 'Sabor', 'Frescura' e 'Qualidade preço', respetivamente. Adicionalmente, foi distinguido com o selo 'Boa Escolha' nas categorias de 'Hiper e Supermercados', e de 'Distribuição Alimentar Biológica'.

Com a criatividade d'O Escritório, a nova campanha de publicidade reforça a exigência do Lidl com a qualidade dos seus produtos a preços bastante acessíveis. A campanha estará disponível em televisão, rádio, digital, outdoor e *ownmedia* – website, app e newsletter.

### Ficha Técnica:

Agência: O ESCRITÓRIO

Creative Director: Nuno Jerónimo

Account Director: Mariana Figuerola

Account Manager: Rita Dias

Copywriter: Pedro Pinho e Francisco Correia de Barros

Art director: Eduardo Pastor

### Equipa:

Realização: Tommi Berté

Direção de Fotografia: Leandro Ferrão

Produção Executiva: Miguel Varela

Produção: Cláudia Costa

Produção: Luísa Sousa

---

### 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

---

Assistente de Realização: Luís Lisboa  
Direção de Arte: Carla Brazão  
Guarda- Roupa: Kali Quaresma  
Make Up: Maria Alves Correia  
1ª Assistente de Imagem: Inês Gonçalo  
2ª Assistente de Imagem: Juliane Rugar  
Chefe Eletricidade: Sérgio Pontes  
Chefe Maquinista: David Valente  
Coordenação de Pós Produção: Patrícia Tavares  
Ass. Coordenação Pós-Produção: Beatriz Pereira  
Edição: André Adam

Online: Ingreme  
Som: Ameba

### Sobre o Lidl:

Há 25 anos em Portugal, o Lidl tem cerca de 7500 colaboradores, distribuídos por mais de 260 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](mailto:press@lidl.pt)

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



## COMUNICADO DE IMPRENSA

---

---

### 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)