



COMUNICADO DE IMPRENSA

Sintra, janeiro 2021

PELO TERCEIRO ANO CONSECUTIVO, LIDL É A INSÍGNIA MAIS PREMIADA NO “SABOR DO ANO”

O Lidl Portugal foi mais uma vez distinguido com o selo ‘Sabor do Ano’, com 39 produtos de marcas próprias, em 29 categorias, avaliados por painel de consumidores portugueses.

O Lidl Portugal é, pelo terceiro ano consecutivo, a insígnia com maior número de produtos premiados na edição do “Sabor do Ano 2021”, uma iniciativa na área alimentar que distingue os produtos pelas suas qualidades gustativas. Foram reconhecidos como ‘Sabor do Ano’ 39 artigos de marcas próprias do Lidl, em 29 categorias, reforçando a qualidade dos produtos da insígnia, com os selos ‘Clássico’, ‘Sustentável’, ‘Bio’, ‘Inovação’, ‘Kids Bio’ e ‘Vegan’.

Avaliados por um painel de 80 consumidores portugueses, os produtos são testados através de uma prova cega em que cada produto é classificado, numa escala de 0 a 10, de acordo com o seu sabor, textura, odor, aspeto e satisfação global. Apenas os produtos com a avaliação mais alta, de cada categoria, são distinguidos pelo selo “Sabor do Ano”.

O chocolate recheado Neo Fin Carré com certificação Fairtrade, a pescada do Chile Ocean Sea com certificação MSC e o gelado de baunilha e amêndoa Gelatelli com certificação UTZ (selo Sustentável); o hambúrguer e picado Next Level e o leite de coco fermentado Milbona (selo Vegan); o tofu biológico natural e fumado My Best Veggie e as bebidas de aveia, arroz e de soja biológicas Milbona (selo Bio); a bolsa de fruta biológica 4 frutas Lupilu (selo Bio Kids); o quark de fruta com proteína – morango Milbona (selo Inovação); a alheira de Mirandela Fumadinho e filete de atum ao natural dos Açores Nixe (selo Clássico), são alguns dos produtos distinguidos na edição ‘Sabor do Ano 2021’.

O Lidl investe no aumento do número de produtos sustentáveis, tornando-os mais acessíveis aos seus clientes, garantindo um sortido e conjunto de fornecedores certificados, através da sua premissa de oferta de máxima qualidade ao melhor preço, aliada à máxima frescura. Os selos Fairtrade e UTZ asseguram aos consumidores que os produtos respeitam as melhores práticas de comércio justo e

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

respeito pelo ambiente. Já a certificação MSC assegura a pesca sustentável, garantindo a preservação das espécies e dos ecossistemas marinhos.

Acompanhando as tendências de consumo dos consumidores, que optam por uma alimentação saudável e escolhas mais conscientes, o Lidl tem apostado nos produtos Biológicos, contando com cerca de 100 artigos, e no aumento de artigos Vegetarianos, disponíveis nas suas lojas. O Hambúrguer e Picado 100% vegans 'Next Level', são dois exemplos introduzidos recentemente no sortido, feitos a partir de proteína de ervilha, rica em fibras e vitaminas, soja e trigo. 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.

O Lidl tem sido distinguido ao longo dos anos com vários prémios que demonstram o seu compromisso com a qualidade, a diversidade dos seus produtos e a sua capacidade de acompanhar as tendências de mercado.

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.

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

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

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