



COMUNICADO DE IMPRENSA

Sintra, 26 de abril 2021

46 ARTIGOS “DA MINHA TERRA” CHEGAM AO LIDL REFORÇANDO O APOIO À PRODUÇÃO NACIONAL

Do total das candidaturas à iniciativa ‘Da Minha Terra’, o Lidl selecionou 46 artigos regionais de 35 novos produtores, de norte a sul do país, que terão os seus produtos à venda nas lojas Lidl a partir de 3 de maio. Para alguns destes produtores, a entrada no projeto irá permitir um equilíbrio das empresas que viram os seus negócios afetados com a pandemia.

Na sequência do projeto ‘Da Minha Terra’, a iniciativa lançada no final de setembro do ano passado em contexto de pandemia para apoiar produtores portugueses, o Lidl selecionou 46 artigos regionais, alargando a sua rede de fornecedores nacionais, com a integração de 35 novos fornecedores nas áreas de Charcutaria, Queijos, Doces e Bolos Secos.

Provenientes das mais variadas regiões de norte a sul do país, os 35 novos fornecedores destacaram-se - entre os cerca de 70 candidatos que apresentaram em dezembro os seus produtos, de forma presencial, num formato de *pitch*, - pela qualidade e excelência dos seus produtos, e também pela sua ambição de crescer e inovar. Revelar o que de melhor se faz em Portugal, dando a provar aos seus clientes 46 novos produtos regionais destes novos fornecedores, é agora o próximo passo a ser dado pelo Lidl, com a disponibilização dos produtos a nível regional ou nacional nas suas mais de 260 lojas, dependendo da capacidade de fornecimento do produtor e da aceitação por parte dos clientes.

Para alguns destes fornecedores selecionados, a entrada no sortido ‘Da Minha Terra’, do Lidl Portugal, irá permitir equilibrar as suas empresas, que viram os seus negócios afetados pela pandemia, ou noutros casos também, uma oportunidade de aumentarem a sua capacidade de produção e equipas, enquanto apoiam os negócios locais através da compra de matérias-primas.

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

Todos os produtos que integram o sortido na sequência desta iniciativa serão comercializados com a chancela 'Da Minha Terra', e estarão disponíveis em áreas específicas nas lojas Lidl, de acordo com as necessidades de conservação do produto em questão. A marca e nome do produtor são mantidos, como forma de dar a conhecer os produtos do fornecedor e potenciar o seu negócio. Adicionalmente, alguns dos 35 produtores selecionados, irão ainda fornecer algumas marcas próprias do Lidl como Fumadinho e Terra do Vento, e integrar ações pontuais. Sob esta chancela estarão também produtos de outros 14 fornecedores nacionais com os quais o Lidl já trabalhava.

Queijadas de Serpa, Bolo de Mel de Cana da Madeira, Chouriço de Elvas, Queijo de Cabra Curado de Trás-os-Montes, Doce Tradicional de Pêssego da Cova da Beira IGP, Ovos Moles de Aveiro ou Folar de Olhão, são alguns dos produtos que os clientes Lidl poderão conhecer, a partir de maio.

O apoio à produção nacional é estrutural para o Lidl, assim como a garantia de um trabalho de proximidade com os seus fornecedores e produtores nacionais, privilegiando parcerias de longo prazo. Só no ano fiscal 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 e, no seu ano fiscal de 2020, aumentou 12% em valor as compras a produtores nacionais, face ao ano anterior.

De acordo com Bruno Pereira, Administrador de Compras do Lidl Portugal *“Num momento particularmente difícil como este, provocado pela pandemia, sentimos uma responsabilidade ainda maior em apoiar os produtores nacionais e por isso, demos mais um passo nesse sentido ao lançar este projeto “Da Minha Terra”. O responsável adianta ainda que “As candidaturas superaram largamente as nossas expectativas, em quantidade e qualidade, e não foi fácil selecionar os novos fornecedores que passam a integrar a nossa rede. Mas acreditamos ter chegado a um bom compromisso, que leva a máxima qualidade ao melhor preço até aos nossos clientes”.*

O Lidl recorda que, em apenas um mês, esta iniciativa reuniu um total de 180 candidaturas tendo sido selecionados cerca de 70 produtores que, por cumprirem os critérios pré-definidos e revelarem potencial dos produtos propostos, foram convidados a apresentar os seus produtos de forma presencial num formato de *pitch*. Após este momento, seguiu-se o teste e degustação dos produtos, bem como uma avaliação pormenorizada das potencialidades de cada produtor e respetivos artigos, chegando-se aos 46 artigos regionais selecionados, de 35 novos fornecedores.

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

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

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