



COMUNICADO DE IMPRENSA

Sintra, agosto 2021

LIDL ADERE À NOVA TENDÊNCIA DE VINHO EM LATA E REFORÇA APOSTA NA PRODUÇÃO NACIONAL

Acompanhando as tendências de consumo e reforçando o compromisso de valorizar e apoiar a produção nacional, o Lidl Portugal acaba de lançar dois vinhos em lata, de marca exclusiva, Adega Mãe, mantendo a sua premissa de qualidade ao melhor preço.

Nos dias de hoje, os consumidores procuram cada vez mais produtos convenientes, que sejam práticos e fáceis de consumir. A pensar nisso, o Lidl vem reforçar a sua oferta com a introdução de dois vinhos em lata, de origem nacional – Adega Mãe Vinho Rosé Regional Lisboa e Adega Mãe Vinho Branco Regional Lisboa – privilegiando os produtores portugueses e garantindo a sua qualidade ao melhor preço.

Criado a partir das castas Touriga Nacional (61%) e Aragonez (39%), o vinho em lata Adega Mãe Rosé Regional Lisboa caracteriza-se pelo seu aroma delicado com notas florais e frutadas. É perfeito para tardes de verão, na companhia de saladas, pizzas ou massas. Já o vinho em lata Adega Mãe Branco Regional Lisboa, produzido pelas castas Chardonnay (67%) e Arinto (33%), distingue-se pela sua frescura consistente que envolve o paladar e evidencia o sabor da comida. Combina na perfeição com pratos de peixe, sushi e queijos. Ambos estão disponíveis em latas de 250ml, por 0,99€ cada, exclusivamente nas mais de 260 lojas Lidl, de norte a sul do país.

Através de uma forte aposta na categoria de vinhos, o Lidl rege-se pelo seu conceito – Casa do Vinho – que sugere vinhos para diferentes momentos, seguindo a ideia de que há um vinho perfeito para todas as ocasiões, que conta com a ajuda e recomendações da consultora de vinhos do Lidl Portugal, Maria João de Almeida. Dos diferentes momentos - ‘Vinhos para todos os dias’, ‘Vinhos para oferecer’, ‘Vinhos para levar para casa dos amigos’ e ‘Vinhos para datas especiais’, os clientes podem encontrar as duas novas referências classificadas como ‘Vinhos para todos os dias’.

Com o compromisso de valorizar e apoiar a produção nacional, o Lidl trabalha com cerca de 40 produtores de vinho nacionais (incluindo marcas de fabricantes), com representatividade nas mais

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

variadas regiões do país: Alentejo, Douro, Dão e Beiras, Península de Setúbal, Lisboa e Vale do Tejo e Vinhos Verdes. Cerca de 60% da sua oferta de vinhos nacionais são de marca própria ou exclusiva – uma vez que as marcas próprias estão na génese do seu modelo de negócio - colaborando com cerca de 20 produtores portugueses.

Com uma seleção consistente, desde vinhos de entrada de gama a vinhos mais *premium*, o Lidl vem reforçar assim a sua oferta, apostando na produção nacional, acompanhando as tendências de consumo e oferecendo o máximo de conveniência, mantendo sempre a máxima qualidade ao melhor preço.

Sobre o Lidl:

Há mais de 25 anos em Portugal, o Lidl tem mais de 8200 colaboradores, distribuídos por mais de 260 lojas, de norte a sul do país, e quatro direções regionais e entrepostos, para além da sede: Santo Tirso (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

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