



COMUNICADO DE IMPRENSA

Sintra, 17 setembro 2021

LIDL, COM A AJUDA DA RE/MAX, LANÇA CONCURSO COM MAIS DE 1 MILHÃO DE EUROS PARA OFERECER 8 CASAS AOS PORTUGUESES

Focado nos seus clientes e nas suas necessidades, o Lidl Portugal através do seu programa de fidelização, Lidl Plus, e em parceria com a RE/MAX Portugal, lança um novo concurso que procura ajudar os portugueses a concretizarem o sonho de comprar casa. A decorrer entre os dias 20 de setembro e 14 de novembro, oito clientes do Lidl terão a oportunidade de ganhar um cheque-oferta RE/MAX no valor de 150.000 euros para adquirir um imóvel, na tipologia de moradia ou apartamento, através da imobiliária.

Comprar casa é o desejo de muitas famílias portuguesas, no entanto, com o contexto da pandemia, muitas tiveram que abdicar deste sonho temporariamente. A pensar nisso, a partir do dia 20 de setembro até 14 de novembro, o Lidl Portugal terá a decorrer um concurso através da sua app Lidl Plus, em parceria com a imobiliária RE/MAX, que pretende ajudar os portugueses a concretizar este objetivo.

De acordo com um estudo elaborado pelo Instituto Superior de Administração e Gestão (ISAG – European Business School) e pelo Centro de Investigação de Ciências Empresariais e de Turismo da Fundação Consuelo Vieira da Costa (CICET-FCVC) – ‘Lifestyle e decisões de investimentos das famílias portuguesas em 2021’, divulgado em fevereiro deste ano, os portugueses estão a adiar grandes decisões, devido à situação atual económica. Com 76,2% dos inquiridos a admitirem estar pessimistas acerca da evolução da economia portuguesa e com 82,8% dos inquiridos que não têm habitação permanente a revelarem que não procurarão comprar casa em 2021. Adicionalmente, segundo os mais recentes dados divulgados pelo Instituto Nacional de Estatística em julho, o valor médio de avaliação bancária na habitação tem vindo a subir há nove meses consecutivos, tendo-se fixado em 1.215 euros por metro quadrado em junho de 2021, mais três euros que no mês anterior. Este é o valor mais alto por metro quadrado desde que o INE iniciou esta série de estudo em 2011. Neste sentido, com o objetivo de ajudar os portugueses a concretizar o sonho de adquirirem uma casa, este concurso,

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

inovador no setor do retalho alimentar, e em parceria com a RE/MAX, assenta numa mecânica simples. Para participarem, os clientes têm que estar registados na aplicação gratuita Lidl Plus – o programa de fidelização do Lidl que oferece vantagens adicionais aos seus utilizadores - identificarem-se com o seu cartão digital Lidl Plus no leitor da caixa de pagamento e, por cada 25 euros em compras, em cada talão, recebem uma participação que deverá ser submetida através da app.

Os oito vencedores serão selecionados através de um sorteio semanal ao longo das 8 semanas de concurso, e terão 1 ano para utilizar o seu Cheque-Oferta, no valor de 150.000 euros, na RE/MAX, em Portugal Continental e nas ilhas da Madeira e dos Açores. Durante a sua validade, os vencedores poderão utilizar este montante para encontrar a casa dos seus sonhos, tendo de cobrir a diferença caso o imóvel seja superior ao valor do Cheque-Oferta.

Para Filipa Appleton, Diretora de Marketing do Lidl Portugal, *“Temos vindo a construir nos últimos anos um percurso sólido em campanhas de fidelização que muito nos orgulha – relevantes e com um cariz educacional. As nossas campanhas como o Gang dos Frescos, os Guardiões da Terra ou o Lidl Shop, foram muito acarinhadas pelos nossos clientes. Este ano, dado o contexto económico atual, agravado pela situação de pandemia, foi imperativo para nós contribuir para algo que é o sonho de muitas famílias - a possibilidade de terem a sua própria casa - em parceria com uma das maiores imobiliárias no país, algo inovador no retalho alimentar”*.

Para Beatriz Rubio, CEO da RE/MAX Portugal, *“A RE/MAX, enquanto rede imobiliária líder em Portugal, sabe que uma casa, além de um investimento, é um dos bens mais preciosos, onde são construídas histórias, tradições, amizades e famílias. É por isso para nós muito gratificante ter estabelecido esta parceria com uma das maiores empresas de retalho alimentar e que irá proporcionar a oito clientes Lidl concretizar o sonho de ter a sua própria casa. Acreditamos que esta campanha terá um poder transformador em várias famílias e, sendo essa a base do nosso trabalho, acreditamos que esta parceria faz todo o sentido para a RE/MAX Portugal.”*

Para a divulgação deste concurso, será lançada, a partir do dia 19 de setembro, uma campanha multimeios com a criatividade d'O Escritório, presente em televisão, rádio, digital, outdoor e *ownmedia* – website, redes sociais, app e newsletter. Assente num tom humorístico característico da marca, o filme da campanha retrata uma situação típica de alguém que acaba de adquirir casa, a mostrar orgulhosamente a mesma a um amigo. Quando questionado pelo preço, o protagonista refere

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

o mesmo em quantidades de iogurte Milbona do Lidl, indo ao encontro do conceito da campanha de que ‘No Lidl, qualquer coisa pode dar uma casa’.

Comprometido a satisfazer as necessidades dos seus clientes, o Lidl aposta continuamente em campanhas inovadoras e relevantes, principalmente numa altura considerada ainda muito incerta devido ao contexto da pandemia.

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 11.550 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 341.000 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.

O Grupo Schwarz, que opera mundialmente enquanto retalhista alimentar, gerou uma faturação de 125,3 mil milhões de euros no ano fiscal de 2020.

Sobre a RE/MAX:

A RE/MAX está presente em Portugal desde o início de 2000, tendo-se tornado, em apenas dois anos, na maior rede imobiliária a operar no país. Hoje, a RE/MAX Portugal conta com 12 mil colaboradores, a maioria dos quais consultores imobiliários, em 371 agências, de Norte a Sul e Ilhas. A RE/MAX foi considerada “A Melhor Empresa para Trabalhar” em Portugal desde 2012,

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 o estudo da Exame/Accenture, que analisou as práticas globais de gestão de capital humano em 100 empresas. A marca foi também considerada uma Superbrand em treze edições e desde 2014 que é eleita Escolha do Consumidor.

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