



COMUNICADO DE IMPRENSA

Sintra, 21 de outubro 2021

LIDL VAI APOIAR AINDA MAIS PRODUTORES NACIONAIS COM A 2ª EDIÇÃO 'DA MINHA TERRA'

A partir do próximo dia 25, estão abertas as candidaturas à 2ª edição 'Da Minha Terra', iniciativa lançada pelo Lidl no final de setembro do ano passado, para apoiar os pequenos produtores nacionais, e que tem contribuído para dinamizar a economia local em várias regiões do país.

Com o objetivo de reforçar o seu compromisso no apoio à produção nacional, o Lidl lança a 2ª edição da iniciativa 'Da Minha Terra', dando a mais produtores portugueses a oportunidade de terem os seus produtos comercializados nas lojas Lidl, através da abertura de um canal direto por parte do retalhista a novos fornecedores. Esta 2ª edição traz também novidades relativamente às áreas de incidência abrangidas pela iniciativa, alargando a todas as categorias de produto, exceto frutas e legumes, onde o Lidl tem já em Portugal um leque de fornecedores significativo, com quem estabelece relações duradouras e de verdadeira confiança. De recordar que na 1ª edição da iniciativa a mesma abrangia as áreas de Charcutaria, Queijos, Doces e Bolos Secos.

Tendo sido lançada no final de setembro de 2020, na sequência do contexto provocado pela pandemia, que criou sérias dificuldades aos pequenos produtores, a iniciativa 'Da Minha Terra' apoiou na sua 1ª edição 35 produtores que se destacaram entre os cerca de 70 candidatos selecionados para participarem num formato de 'pitch', de um total de 180 candidaturas. Avaliando critérios como a qualidade e excelência dos produtos, e também a ambição de crescer e inovar, o Lidl selecionou 46 artigos destes produtores que estão a ser comercializados nas suas lojas, a nível regional ou nacional, desde maio deste ano, alargando assim a sua rede de fornecedores nacionais.

De acordo com os dados disponibilizados pelos novos fornecedores ao Lidl, para que o retalhista pudesse acompanhar de perto a evolução do programa e o seu impacto no negócio dos fornecedores, alguns dos novos produtores da 1ª edição, como a Casa Benjamim em Torres Vedras, a Liccicookies, em Trás-os-Montes ou a Casa Paixão em Serpa, aumentaram substancialmente a sua faturação, em mais de 400% cada uma. Outros aumentaram as compras de matérias-primas a fornecedores locais,

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

em cerca de 25% em média no geral, permitindo melhorar também a economia regional. Houve ainda fornecedores que criaram novos postos de trabalho, tendo sido contratados em média, mais 42% de colaboradores no total das empresas. A entrada no Lidl através da iniciativa 'Da Minha Terra', permitiu ainda a algumas empresas proceder à ampliação das suas instalações como a Liccicookies ou a capacidade de iniciar um novo centro logístico capaz de gerir toda a produção e distribuição como no caso da Vale do Pavão. Para muitos dos novos fornecedores, o Lidl tornou-se o principal cliente, proporcionando igualmente o seu crescimento a nível regional ou nacional, bem como uma maior visibilidade dos seus negócios.

De acordo com Alexandra Borges, Diretora Geral de Compras do Lidl Portugal *“É com grande satisfação que arrancamos para uma nova edição da iniciativa ‘Da Minha Terra’, prosseguindo com a nossa missão de apoiar os produtores nacionais. O feedback que temos obtido por parte dos fornecedores é bastante positivo e demonstrativo do impacto que este programa tem, não só nos seus negócios, mas também nas economias locais. Este ano damos um passo em frente e decidimos alargar a mais categorias de produtos, por forma a ajudar ainda mais produtores, de todas as regiões do país”*.

Os produtores podem inscrever-se até ao próximo dia 31 de dezembro, no site do Lidl, e após uma primeira avaliação das candidaturas, tendo em conta os critérios definidos - capacidade de fornecimento de forma regular no mínimo de 50 lojas Lidl; possuir uma certificação de qualidade mínima HACCP (entre outras que tenham); identificar produtos com certificação DOP, IGP, ETG, entre outras; identificar se são empresa com Selo PME; qual a percentagem de matéria prima nacional no produto; capacidade de desenvolvimento de 'caixas expositoras' – e potencial dos produtos propostos, serão convidados, em fevereiro de 2022, para uma apresentação mais personalizada dos mesmos. Também os colaboradores do Lidl, à semelhança da 1ª edição, poderão sugerir internamente artigos regionais para estarem à venda nas lojas Lidl. Adicionalmente, serão selecionados aleatoriamente, para estarem presentes no Pitch Day que terá lugar em fevereiro, um colaborador por cada regional, que tenha sugerido artigos para este projeto.

Após este momento, seguir-se-á o teste e degustação dos produtos, bem como uma avaliação pormenorizada das potencialidades de cada produtor e respetivos artigos, que terão à venda os seus produtos a nível regional ou nacional, dependendo da capacidade de fornecimento do produtor e da aceitação por parte dos clientes.

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 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 30 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.

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