



COMUNICADO DE IMPRENSA

Sintra, novembro 2021

ESTE NATAL, NO LIDL, O BACALHAU É SÓ O COMEÇO

Com a aproximação do Natal, o Lidl lança uma nova campanha publicitária, com a assinatura d' O Escritório, que promove a sua oferta, variada e irresistível, assim como das suas gamas exclusivas, Deluxe e Favorina, aliando máxima qualidade ao melhor preço. A gama Deluxe, à semelhança dos anos anteriores, irá contribuir para o programa promotor de inovação social - Mais Ajuda.

Comprometido a ajudar as famílias portuguesas na preparação para o Natal, o Lidl lança uma nova campanha, num tom descontraído e humorístico já característico da marca, que destaca a extensa oferta do seu sortido, reforçando que o Lidl tem tudo o que é preciso para esta ocasião, com uma qualidade e preços irresistíveis.

Com o mote “No Lidl, o bacalhau é só o começo”, o filme da campanha mostra um casal que entra numa loja Lidl, durante a época natalícia, de forma acelerada para comprar apenas bacalhau – o produto estrela desta época. Por se tratar de uma ida às compras rápida, num gesto que poderá ser familiar a muitos clientes, o protagonista abdica de usar um cesto ou carrinho de compras. No entanto, perante a descoberta de uma oferta diversificada e impossível de resistir, acaba por levar muitos outros produtos, entre eles, Azeite Virgem Extra Seleção, Cabrito, produtos da Gama Deluxe e Favorina e muitos outros. Perante o olhar indiscreto de todos, chega ao fim das compras com uma enorme pilha de artigos nos braços, difícil de carregar, mas nem assim dá parte fraca e aceita ajuda.

A campanha inclui também um destaque ao programa de inovação social – Mais Ajuda – que destaca o cariz solidário da gama Deluxe, em que, à semelhança dos anos anteriores, até 31 de dezembro, por cada talão de compras que inclua produtos da mesma, o Lidl dará 0,20€ para o programa Mais Ajuda, que visa este ano impulsionar projetos inovadores de apoio à Educação, no combate à pobreza e promoção de inclusão social.

A nova campanha multimeios com a criatividade d' O Escritório, será lançada no dia 14 de novembro e estará presente em televisão, rádio, outdoor, social media e nos canais digitais do Lidl – website, app e newsletter.

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

AGÊNCIA: O ESCRITÓRIO

Executive Creative Director: Nuno Jerónimo

Creative Director: Pedro Pinho

Account Director: Mariana Figuerola

Account Manager: Rita Dias

Copywriter: João Silva e Francisco Correia de Barros

Art director: Pedro Maia e Rodolfo Garcia

Equipa:

Realização: Pedro Varela

Direção de Fotografia: Bruno Grilo

Produção Executiva: Pedro de Oliveira

Produção: Pedro Rosa

1º Assistente de Realização: João Roque

Direção de Arte: Artur Pinheiro

Guarda- Roupa: Carlos Soares

Make Up: Andy Dyo

1ª Assistente de Imagem: Alexandre Dantas

2º Assistente de Imagem: Ricardo Pereira

Chefe Eletricidade: António Lima

Chefe Maquinista: David Valente

Coordenação de Pós Produção: João Lobo

Edição: Pedro Fernandes

Som: Ameba

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)

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

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

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