



COMUNICADO DE IMPRENSA

Sintra, 12 de agosto 2022

LIDL MOSTRA QUE A SUA OFERTA TEM TANTA QUALIDADE, QUE NÃO TEM COMPARAÇÃO

Sob o mote “Quem compra no sítio certo, parece logo mais esperto”, o Lidl Portugal lança um novo filme publicitário que reforça a imbatível máxima qualidade ao melhor preço dos seus produtos.

“Quem compra no sítio certo, parece logo mais esperto” é o mote da campanha multimeios do Lidl Portugal que, desde o início do ano, tem como objetivo destacar a sua oferta transversal de máxima qualidade ao melhor preço, bem como o valor e a influência dos ‘clientes estrela’, que tão bem conhecem e confiam nos produtos da insígnia. Desta forma, a campanha explora a ideia que quem compra no Lidl sabe fazer as escolhas mais inteligentes e consequentemente, transmite confiança e credibilidade.

Num tom descontraído e humorístico, já característico da marca, o mais recente filme desta campanha reforça que os artigos do Lidl têm tanta qualidade que não têm comparação, pelo que não vale pena sequer experimentar outros – sendo o hambúrguer de bovino a ‘estrela’ que espelha isso mesmo: quem compra no Lidl não compara, pois fica plenamente satisfeito.

Com este filme, a insígnia pretende reforçar que no Lidl os clientes encontram uma série de marcas exclusivas com uma qualidade muito superior ao preço que pagam, vital para os tempos difíceis, de crescente inflação, que o país atravessa, reforçando o seu posicionamento de proximidade com os portugueses. É nas suas lojas que encontram o que precisam, à medida das suas necessidades.

Com a criatividade d’O Escritório, o novo filme está disponível em televisão e *owned media* – redes sociais, website, app e newsletter.

Link: https://www.youtube.com/watch?v=txmljw_h2zA



COMUNICADO DE IMPRENSA

Sobre o Lidl:

Há 27 anos em Portugal, o Lidl tem mais de 8200 colaboradores, distribuídos por 270 lojas, de norte a sul do país, e 04 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; em 2022, ganhou a certificação Top Employer, atribuída pelo Top Employers Institute.

Empresa de retalho, pertencente ao grupo alemão Schwarz, é um dos líderes de mercado a nível europeu: conta com cerca de 13.350 lojas e mais de 200 centros de distribuição e entrepostos em 32 países, apostando na disponibilização de produtos de máxima qualidade ao melhor preço e pautando-se pela simplicidade e a orientação de processos determinam suas as operações diárias nas lojas, centros de distribuição regionais e serviços. A sua sede, localizada na cidade alemã de Neckarsulm, é responsável pela conceção e estrutura de todos os processos standardizados.

A nível internacional, o grupo Schwarz conta com mais de 550.000 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, centrando-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 133,6 mil milhões de euros no ano fiscal de 2021.

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