



COMUNICADO DE IMPRENSA

Sintra, 20 de setembro 2022

LIDL, EM PARCERIA COM A RE/MAX, TRAZ DE VOLTA CONCURSO QUE PROCURA AJUDAR OS PORTUGUESES A COMPRAREM A CASA DOS SEUS SONHOS

A notícia é tão boa, que até custa a acreditar. Comprometido em satisfazer as necessidades dos seus clientes, o Lidl Portugal, através do seu programa de fidelização, Lidl Plus, e em parceria com a RE/MAX Portugal, traz de volta o concurso Casas Lidl que ajudou no ano passado os portugueses a concretizarem o sonho de comprar casa. A decorrer até dia 30 de outubro, seis clientes do Lidl terão a oportunidade de ganhar um cheque-oferta RE/MAX no valor de 150.000 euros para adquirir um imóvel através da imobiliária.

O desejo de comprar casa continua a ser um dos principais objetivos dos portugueses, no entanto, com o contexto da inflação e, por conseguinte, o aumento do custo da habitação e o aumento das taxas de juro, muitos tiveram que colocar este sonho de parte temporariamente. A pensar nisso, até 30 de outubro, regressa ao Lidl Portugal o concurso em parceria com a imobiliária RE/MAX, que pretende ajudar as famílias a concretizar este desejo.

Com uma mecânica simples, para participarem, os clientes têm que estar registados na aplicação Lidl Plus – o programa de fidelização do Lidl – 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 deverão submeter através da app.

Os seis vencedores serão selecionados através de um sorteio semanal ao longo das 6 semanas de concurso, com a oferta de uma casa por semana e terão 270 dias para utilizar o seu Cheque-Oferta, no valor de 150.000 euros, na RE/MAX, em Portugal Continental e nos arquipélagos da Madeira e Açores. Durante a sua validade, os vencedores poderão utilizar este montante para encontrar a casa dos seus sonhos, na tipologia de moradia ou apartamento, tendo de cobrir a diferença caso o imóvel seja superior ao valor do Cheque-Oferta.

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

**RE/MAX®**

COMUNICADO DE IMPRENSA

Para Luís Lobato Almeida, Responsável Interino de Marketing do Lidl Portugal, *“Queremos continuar ao lado dos portugueses na concretização dos seus sonhos e, para muitas famílias, a compra de casa própria continua a ser um deles. A primeira edição deste concurso foi muito bem recebida e dado o atual contexto económico, fez-nos sentido renovar a parceria com uma das maiores imobiliárias do país. Pretendemos continuar a percorrer um caminho ao lado dos nossos clientes e a proporcionar-lhes sempre algo inovador no retalho alimentar”*.

Para Beatriz Rubio, CEO da RE/MAX Portugal, *“Encontrar o nosso lar, aquele onde nos sentimos bem e que consideramos o porto de abrigo da nossa família é um sonho. É por isso que faz todo o sentido para RE/MAX Portugal, pelo segundo ano consecutivo, voltar a estabelecer nova parceria com uma das maiores empresas de retalho alimentar, que permitirá a seis clientes Lidl alcançar o objetivo de adquirir a sua própria casa. Somos uma empresa feita de pessoas para pessoas e associar-nos a esta campanha que visa ajudar os portugueses a concretizar o sonho de ter uma casa, é para nós motivo de orgulho, dado o papel transformador em que assenta a iniciativa”*.

Para a divulgação deste concurso, foi lançada uma campanha multimeios com a criatividade d’O Escritório, presente em televisão, rádio, digital, outdoor e ownmedia – website, redes sociais, app e newsletter.

A campanha, além de comunicar a simplicidade da mecânica de participação, reforça este património único da oferta do Lidl, assente numa verdade, que é sobretudo a razão de maior sucesso do concurso: o prémio é bom demais para ser verdade.

O filme retrata uma situação caricata de um cliente Lidl, que embora tenha sido vencedor deste concurso, nunca consegue acreditar que com 25€ em compras, através da app Lidl Plus, chegou a ganhar uma casa. Sob o mote “o que mais custa é acreditar”, o cliente passa a sua vida inteira, a usufruir da casa, mas sempre desconfiado do prémio que ganhou.

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 nacional e internacional.

De acordo com o estudo “O Mercado Imobiliário de Portugal”, promovido pela Fundação Francisco Manuel dos Santos, divulgado em abril deste ano, não existem sinais de que o custo da habitação em Portugal irá abrandar nos próximos tempos. Com o constante aumento da taxa da inflação, o preço

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

das casas não irá parar de subir, sendo que só no ano passado, a habitação encareceu 9,4%. Agora, com a mudança de política do Banco Central Europeu sobre a subida das taxas de juro, o valor dos empréstimos das hipotecas aumenta, pressionando ainda mais o custo de vida dos portugueses. Outro estudo, divulgado em julho deste ano pela Corum Investments Portugal e pela BA&N Research Unit, sublinha ainda que a poupança dos portugueses é “das mais vulneráveis” à inflação da zona euro, arriscando os aforradores nacionais “uma perda considerável” de poder de compra com as verbas acumuladas nos últimos dois anos.

Sobre o Lidl:

Há 27 anos em Portugal, o Lidl tem mais de 8200 colaboradores, distribuídos por 269 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.

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 398 agências, de Norte a Sul e Ilhas. A RE/MAX foi considerada “A Melhor Empresa para Trabalhar” em Portugal desde 2012, 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 catorze 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