



## COMUNICADO DE IMPRENSA

---

Sintra, janeiro 2023

### LIDL É A INSÍGNIA DE RETALHO MAIS PREMIADA NA ESCOLHA DO CONSUMIDOR

**As marcas próprias do Lidl foram novamente distinguidas em cinco categorias nos prémios “Escolha do Consumidor” com destaque para a Da Minha Terra em duas delas, os saborosos sumos Solevita, a charcutaria de Fumadinho e a já tão reconhecida marca de beleza Cien. O Lidl foi também destacado como “Boa Escolha” com a sua marca Milbona.**

O Lidl Portugal destacou-se nos prémios Escolha do Consumidor 2023 - iniciativa que dá a conhecer as melhores marcas em Portugal pelo grau de satisfação e recomendação - como a insígnia de retalho alimentar mais premiada, com os consumidores a reconhecerem cinco das suas marcas próprias.

A mais recente marca própria do Lidl – Da Minha Terra – que surgiu de uma iniciativa lançada em setembro de 2020 para reforçar o compromisso da insígnia com o apoio à produção nacional numa altura de pandemia, foi distinguida pelo 2º ano consecutivo “Marca nº1 na Escolha do Consumidor” nas categorias de “Melhor Oferta de Bolos Secos Regionais” e “Melhor Oferta de Charcutaria Regional”, com uma classificação global de 85,78% e 84,84%, respetivamente. A mesma tem vindo a conquistar os clientes pelas suas iguarias nacionais, tendo sido distinguida pelos consumidores em atributos como ‘Sabor’, ‘Regionalidade’ e ‘Origem nacional’.

Ainda na área de Charcutaria, a marca Fumadinho foi eleita enquanto “Melhor Oferta de Charcutaria”, merecendo especial destaque na sua “Conservação” e no “Aspeto do produto”, com uma avaliação global de 85,23%.

A estreitar-se nos prémios Escolha do Consumidor, Solevita distinguiu-se na categoria de “Melhor Oferta de Néctares e Sumos”, conquistando de imediato os consumidores pelas suas “Embalagens com rosca” e “Embalagens correspondente à fruta”, merecendo uma classificação geral de 84,38%.

---

#### Lidl Portugal

Departamento de Comunicação: T: 219 102 277 | E: [press@lidl.pt](mailto:press@lidl.pt)

Press Club: Margarida Borges | T: 21 011 33 20 | E: [margarida@pressclub.pt](mailto:margarida@pressclub.pt)



## COMUNICADO DE IMPRENSA

---

Já a marca Cien, foi pelo 6º ano consecutivo eleita ‘Escolha do Consumidor’ na categoria de “Melhor Oferta de Higiene e Beleza”, com uma avaliação global de 82,36%, destacando-se em diversos atributos, entre os quais “Principal Função” e “Suavidade/cremosidade”.

Adicionalmente, o Lidl foi ainda distinguido com a sua marca Milbona como ‘Boa Escolha’ na categoria de “Melhor Oferta em Iogurtes e Lácteos Frescos”, que disponibiliza mais de 100 referências desde queijos, os conhecidos pudins proteicos e os incontornáveis iogurtes. Os consumidores destacaram o “Sabor do Produto” e o “Cuidado com a embalagem”, atribuindo uma classificação global de 86,20%.

Ao longo dos anos, o Lidl tem visto as suas marcas próprias reconhecidas, refletindo a qualidade dos seus produtos e satisfação dos clientes. Em 2023, na décima primeira edição da Consumer Choice - Centro de Avaliação da Satisfação do Consumidor, sistema que avalia a satisfação dos clientes através da sua experiência de consumo, o Lidl foi novamente distinguido em cinco categorias, destacando-se como o retalhista mais premiado nesta edição.

Na Escolha do Consumidor, os mesmos identificam quais os atributos que mais valorizam na sua relação com as marcas, seguida de uma avaliação através de metodologias como a experimentação de produtos, cliente mistério, auditorias online, entre outras. As marcas premiadas pelos consumidores são as marcas que melhor completaram os atributos exigidos e valorizados pelos consumidores durante 2022 e que após avaliação atingiram os graus de satisfação mais elevados.

### Sobre o Lidl:

Há 27 anos em Portugal, o Lidl tem mais de 9000 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 2021, o Lidl Portugal contribuiu com 2.610 milhões de euros a nível de geração de riqueza, representando 1,2% 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.

---

### Lidl Portugal

Departamento de Comunicação: T: 219 102 277 | E: [press@lidl.pt](mailto:press@lidl.pt)

Press Club: Margarida Borges | T: 21 011 33 20 | E: [margarida@pressclub.pt](mailto:margarida@pressclub.pt)



## COMUNICADO DE IMPRENSA

---

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](mailto:press@lidl.pt)

Press Club: Margarida Borges | T: 21 011 33 20 | E: [margarida@pressclub.pt](mailto:margarida@pressclub.pt)