



COMUNICADO DE IMPRENSA

Sintra, 20 de fevereiro 2023

LIDL APRESENTA NOVA CAMPANHA “BEM-VINDO À COMUNIDADE DE QUEM PAGA MENOS POR MAIS QUALIDADE”

A nova campanha do Lidl Portugal mostra como é possível fazer os melhores negócios através da compra de produtos das suas marcas próprias, que garantem a máxima qualidade ao melhor preço.

“Bem-vindo à comunidade de quem paga menos por mais qualidade” é o mote da nova campanha multimeios do Lidl Portugal que pretende mostrar como os clientes do Lidl fazem bons negócios, ao comprarem produtos com a melhor relação qualidade-preço. Esta campanha explora o papel dos clientes fiéis do Lidl, que partilham com os outros consumidores o segredo para terem sempre produtos com a máxima qualidade ao melhor preço em suas casas.

A campanha, composta por um filme, que foi lançado no passado dia 19 de fevereiro, acompanha duas amigas que têm diferentes relações com o Lidl: uma é conhecedora da marca e dos seus artigos - da padaria às ferramentas, passando pela carne - e está a par de todas as vantagens e bons negócios que encontra ao comprar na insígnia. Já à sua amiga, em contraste, é lhe desconhecida a imbatível oferta Lidl, de máxima qualidade ao melhor preço. Durante todo o filme, acompanhamos a evolução da segunda amiga, que vai descobrindo, com a ajuda da primeira, o que significa comprar no Lidl e como é que isso se traduz em encher o frigorífico de artigos a Preço Lidl, ou seja, com elevada qualidade pelo preço que custam.

O mote do filme “Junte-se à comunidade de quem paga menos por mais qualidade” quer convidar todos os que ainda não são clientes da marca a descobrir a diversidade de marcas próprias, realçando o serviço de padaria do Lidl, com artigos frescos regularmente; a origem portuguesa dos produtos, nomeadamente da carne; a excelente opção da gama Milbona; e a vasta oferta das ferramentas Parkside.

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

A nova campanha do Lidl, com a criatividade d'O Escritório, produção da Playground e realização de Martim Condeixa, está presente em televisão, rádio, digital, lojas e folhetos do Lidl Portugal.

Com este filme, a insígnia pretende mostrar a definição de comprar a Preço Lidl: a máxima qualidade ao melhor preço em produtos de marca própria do Lidl, realçando papel dos seus clientes, que não resistem em partilhar os bons negócios que fazem ao comprarem no Lidl.

Sobre o Lidl:

Há quase 30 anos em Portugal, o Lidl tem mais de 9000 colaboradores, distribuídos por mais de 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 2023, ganhou novamente 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