



COMUNICADO DE IMPRENSA

Sintra, janeiro 2024

PELO SEGUNDO ANO CONSECUTIVO, LIDL É A INSÍGNIA DE RETALHO MAIS PREMIADA NA ESCOLHA DO CONSUMIDOR

As marcas próprias do Lidl foram novamente distinguidas nos prémios da “Escolha do Consumidor”, em oito categorias. O Lidl Portugal foi também premiado, pela primeira vez, como marca número um na categoria de Hiper e Supermercados.

Todos os anos, as marcas próprias do Lidl têm sido premiadas pela Escolha do Consumidor, o que comprova a qualidade dos seus produtos e a satisfação dos clientes. Em 2024, o Lidl foi distinguido em sete das suas marcas próprias – Cien, Milbona, Fumadinho, Da Minha Terra, Solevita, Alesto e Orlando – e é premiado, pela primeira vez, na categoria de Hiper e Supermercados.

A marca própria do Lidl, **Da Minha Terra**, que aposta na produção nacional, foi distinguida nas categorias de **“Charcutaria Regional”** e de **“Bolos Secos Regionais”**, com uma classificação global de 85% em ambas as distinções. Na primeira categoria, destaca-se pela “Textura”, pelo “Prazo de validade” e pela “Qualidade das matérias-primas”. Na segunda, destaca-se pelo “Prazo de validade”, pela “Relação preço/quantidade” e pelo “Sabor”.

Na categoria de **“Produtos de Higiene”** foi premiada a marca **Cien** com uma avaliação global de 85%, destacando-se em diversos atributos, entre os quais “Produtos hipoalérgicos”, “Aroma” e “Facilidade de aplicação e absorção”.

Na categoria de **“Frutos Secos”**, com 85%, foi eleita a marca **Alesto**, que se distingue sobretudo pela sua “Qualidade”, pelo “Sabor” e pelo “Teor de Sal”. A marca, **Orlando**, especializada em produtos para animais de estimação, foi distinguida na categoria **“Pet Food”**, destacando-se pela “Relação preço/quantidade”, “Relação preço/qualidade” e pela “Variedade”. Ambas as marcas foram premiadas pela primeira vez pela Escolha do Consumidor.

Na categoria de **“Charcutaria”**, com 83%, foi eleita a marca **Fumadinho**; na categoria de **“Lácteos e Frescos”**, a marca **Milbona** com 85%; e por fim a marca **Solevita**, foi distinguida na categoria de **“Néctares e Sumos”**, com 84% de avaliação global.

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

Pela primeira vez, o Lidl Portugal foi também distinguido como marca número um na categoria de “Hiper e Supermercados”, com especial destaque pela “Qualidade dos produtos”, “Limpeza e higiene das instalações” e pela “Localização”, comprovando a satisfação dos clientes não só pela qualidade da oferta, mas também pela experiência de consumo.

Sobre o Lidl:

Há 28 anos em Portugal, o Lidl tem cerca de 9000 colaboradores, distribuídos por mais de 270 lojas, de Norte a Sul do país, e 4 direções regionais e entrepostos, para além da sede: Santo Tirso (Norte), Torres Novas (Oeste), Sintra (Centro) e Palmela (Sul).

Segundo o Estudo de Impacto realizado pela consultora independente KPMG, em 2022, o Lidl Portugal contribuiu com 3.100 milhões de euros a nível de geração de riqueza para o país, representando 1,3% do PIB nacional.

Em 2023, a empresa ganhou, pela segunda vez consecutiva, a certificação Top Employer, atribuída pelo Top Employers Institute, sendo o único retalhista nacional com esta distinção, pelas suas Boas Práticas/Gestão de Recursos Humanos.

O Lidl pertence ao Grupo Schwarz e é um dos líderes de mercado a nível europeu em retalho alimentar: conta com cerca de 12.200 lojas e mais de 220 centros de distribuição e entrepostos em 31 países, apostando na disponibilização de produtos de máxima qualidade ao melhor preço e pautando-se pela simplicidade e proximidade com os seus clientes. A sua sede, na cidade alemã de Neckarsulm, é responsável pela conceção e estrutura de todos os processos standardizados.

A nível internacional, o Lidl conta com mais de 376.000 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 dia-a-dia, o Lidl assume a responsabilidade pelas Pessoas, Sociedade e Ambiente. Para o Lidl, a Sustentabilidade é cumprir a sua promessa de qualidade, todos os dias, centrando a sua estratégia ‘Mais Lidl’ em 3 dimensões: Mais para o Planeta, Mais para a Comunidade e Mais para Si.

O Grupo Schwarz, que opera mundialmente enquanto retalhista alimentar, gerou uma faturação de 154,1 mil milhões de euros no ano fiscal de 2022.

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