



COMUNICADO DE IMPRENSA

Sintra, 25 de junho de 2025

MANUEL LUÍS GOUCHA PROTAGONIZA NOVA CAMPANHA DO LIDL: AO FIM DE SEMANA, O PROGRAMA É ENCHER A DESPENSA

O apresentador passa a ser presença assídua no Lidl todos os fins de semana, convidando os portugueses a encher a despensa com a máxima qualidade ao melhor preço.

“Programa de fim de semana” é a nova campanha do Lidl Portugal, protagonizada por Manuel Luís Goucha, embaixador da marca. O apresentador dá vida ao conceito de que “ao fim de semana, o seu programa é encher a despensa”, numa das mais de 280 lojas da insígnia. Presente em televisão, rádio e meios próprios (website, redes sociais, app Lidl Plus e newsletter), a campanha leva o carisma do apresentador às lojas Lidl.

Neste primeiro filme, Manuel Luís Goucha surpreende os clientes no interior de uma loja Lidl, transformando as suas compras de fim de semana no seu programa habitual. Com o seu humor subtil e carismático, o apresentador transmite uma mensagem clara: no Lidl, encontra tudo o que precisa para encher a despensa — sempre com a máxima qualidade ao melhor preço.

A campanha reforça a confiança de que é possível fazer as “compras grandes” no Lidl, dada a diversidade da oferta disponível — que vai dos frescos aos congelados, da padaria à charcutaria, passando pela mercearia e pelos produtos não alimentares. Todos os fins de semana, o apresentador reforça a premissa a que os clientes já se habituaram: qualidade a preços imbatíveis com uma oferta completa, só nas lojas Lidl.

Para Manuel Luís Goucha, *“estar associado a uma marca como o Lidl, que privilegia o melhor produto ao preço mais acessível, é algo que muito me satisfaz. Encho o carrinho de produtos frescos, como legumes e fruta. Passo pela padaria, onde há pães variados, e por aí fora. Sem esquecer os queijos, que são a minha perdição, e os gelados. Há tanto de bom e variado para encher carrinho, sempre com um cariz de novidade que me agrada”*.

“O Manuel Luís Goucha representa os valores do Lidl: simplicidade, autenticidade e proximidade. Esta campanha traduz exatamente isso — a possibilidade de os portugueses poderem fazer as suas compras completas no Lidl, com confiança na qualidade dos produtos e na competitividade dos preços”, sublinha Nuno Rodrigues, Diretor-Geral de Marketing e Estratégia Promocional do Lidl Portugal.

Lidl Portugal

Departamento de Comunicação: press@lidl.pt

Press Club: Mónica Maio | T: 210 113 320 | E: monica@pressclub.pt



COMUNICADO DE IMPRENSA

Veja o filme da campanha em https://youtu.be/i-eC1_bp4

Sobre o Lidl:

A completar este ano 30 anos em Portugal, o Lidl tem mais de 8000 colaboradores, distribuídos por mais de 280 lojas, de Norte a Sul do país e, para além da sede, 4 direções regionais e entrepostos: Santo Tirso (Norte), Torres Novas (Oeste), Loures (Centro) e Palmela (Sul).

Segundo o Estudo de Impacto realizado pela consultora independente Forvis Mazars, em 2023, o Lidl Portugal contribuiu com 3.078 milhões de euros a nível de geração de riqueza para o país, representando 1,2% do PIB nacional.

Em 2025, o Lidl Portugal recebeu pela quarta vez consecutiva, a certificação Top Employer, atribuída pelo Top Employers Institute, pelas suas Boas Práticas/Gestão de Recursos Humanos.

O Lidl pertence ao Grupo Schwarz e é um dos maiores retalhistas de produtos alimentares na Europa. O Lidl Internacional conta com cerca de 12.350 lojas, mais de 220 centros de distribuição e entrepostos em 31 países e com cerca de 375.000 colaboradores, apostando na disponibilização de produtos de máxima qualidade ao melhor preço e pautando-se pela simplicidade e proximidade com os seus clientes.

Lidl Portugal

Departamento de Comunicação: press@lidl.pt

Press Club: Mónica Maio | T: 210 113 320 | E: monica@pressclub.pt