



Comunicado de Imprensa

“Dica da Semana” renovada chega a partir de dia 3 de março

Novo projeto reforça relação com as comunidades locais

A edição de 6 de Março da “Dica da Semana” chega a casa renovada, com uma mudança de grafismo e reforço na qualidade e diversidade dos seus conteúdos editoriais.

Distribuída gratuitamente pelas caixas de correio, há mais de 12 anos, a publicação do Lidl, conquistou uma notoriedade ímpar no contexto jornalístico nacional, assegurando mais de 2,2 milhões de leitores por semana (Dados Bareme-Marktest).

O novo semanário surge com um número mínimo de 28 páginas, novos estatutos editoriais e informação organizada por temas nacionais e regionais, estes últimos diferentes em cada uma das onze edições locais.

O projeto editorial inclui, entre outros, secções de cultura, lazer, programação televisiva, gastronomia e dicas práticas para o dia-a-dia, havendo também espaço para uma forte componente de classificados locais. De destacar, ainda, o espaço nobre reservado a grandes entrevistas com pessoas de relevo nacional.

Para se aproximar da comunidade local e criar afinidade com os leitores de cada região, a “Dica da Semana” lançou um desafio, ao qual centenas de portugueses já responderam afirmativamente, criando assim uma rede de repórteres locais impar que terá cerca de 200 possíveis correspondentes identificados.



Mais para si.



Para além da aposta na qualidade e diversidade de conteúdos, a “Dica da Semana” foi mais longe e mudou o grafismo, assegurando um cuidado redobrado com fotografias e imagens. A qualidade do papel e a impressão também não foram esquecidas e sofrem alterações significativas de forma a garantir uma “experiência de leitura” adequada a um público mais exigente.

Toda a equipa de profissionais (administrativos, jornalistas e comerciais) foi reorganizada, passando a estar sob a direção de Geert Van Hassel, convidado pelo Lidl para dirigir o jornal.

Para Geert Van Hassel, diretor geral da Dica da Semana *“a Dica assume-se definitivamente como o maior título do país, com uma forte vertente regional que irá aprofundar ainda mais a afinidade e proximidade com os leitores e com as comunidades locais. Os leitores encontrarão na Dica temas atualizados, de âmbito local, muitas vezes ignorados pelos outros meios nacionais”*.

As ações promocionais do Lidl saem das páginas do jornal, dando espaço aos conteúdos jornalísticos e à publicidade nacional e regional. Os folhetos com perfil promocional, mais comercial, passam a ser um encarte da publicação e o semanário assume definitivamente a sua independência editorial relativamente ao proprietário.

Apesar do mercado publicitário ter caído vertiginosamente, a “Dica da Semana” mostra-se confiante e determinada em fazer deste projeto “renascido” mais um caso de sucesso.

Para mais informações contactar:



Isa Martins

213 916 600 • 936 040 904

isa.martins@jervispereira.pt

www.jervispereira.pt



Departamento de Comunicação do Lidl

219 102 277/132

comunicacao@lidl.pt

www.lidl.pt



Mais para si.