



Comunicado de Imprensa

Lidl adere ao “COMPRO o que é nosso”

## 50 marcas próprias da cadeia vão usar o símbolo nas embalagens

A cadeia de *hard discount* LIDL aderiu hoje ao “COMPRO o que é nosso” elevando para 15 mil milhões de euros o volume de negócios das marcas aderentes à iniciativa. Nos próximos seis meses o símbolo “COMPRO o que é nosso” vai estar bem visível em cerca de 250 referências de 50 marcas próprias da empresa.

A adesão acontece na semana em que o Lidl lança a campanha “sabores portugueses” e um cabaz 100 por cento nacional, por apenas 5 euros. (foto em anexo).

Após a assinatura do contrato de adesão o vice-presidente da AEP, Paulo Nunes de Almeida, manifestou a sua satisfação por “multinacionais prestigiadas como o Lidl, extremamente rigorosas na seleção dos seus fornecedores, apostarem cada vez mais na produção nacional. O Lidl não só tem vindo a reforçar a sua relação com a produção nacional como está também a exportar para lojas Lidl de outros países da Europa. Este posicionamento eleva o prestígio das nossas marcas e contribui decisivamente para melhorar a situação económica do país.”

Por seu lado a diretora de comunicação do Lidl, Madalena Bettencourt e Silveira, confirmou que “a nossa estratégia de crescimento no mercado português tem privilegiado a relação com os produtores nacionais, que têm sabido responder aos padrões de qualidade que lhes são exigidos. A adesão ao “COMPRO o que é nosso” é o

Para mais informações contactar:



Maria Sousa :: Maria Teresa Loureiro

maria.sousa@jervispereira.pt :: teresa.loureiro@jervispereira.pt

936 040 904 :: 936 041 998

[www.jervispereira.pt](http://www.jervispereira.pt)



reconhecimento de que os propósitos do projeto são compatíveis com a nossa estratégia de médio e longo prazo.

Após a adesão do Lidl a iniciativa “COMPRO o que é nosso” conta com 853 empresas aderentes que representam 2500 marcas e um volume de negócios de 15 mil milhões de euros.

### **Sobre o Lidl & Cia. - Lojas Alimentares**

O Lidl é uma cadeia de lojas Hard-discount, de origem alemã, cuja existência remonta aos anos 30, sendo atualmente detentora da maior rede de lojas alimentares da linha Discount na Europa.

Em Portugal, o Lidl abriu as primeiras lojas no ano 1995, detendo hoje em dia mais de 200 pontos de venda, em todo o país.

O Lidl tem como missão a oferta diária de produtos com a máxima qualidade, ao melhor preço, dando prioridade absoluta à satisfação dos clientes.

O ambiente, a sustentabilidade e a alimentação saudável são as preocupações centrais da empresa, já reconhecidas por entidades independentes, como a Greenpeace, que distinguiu o Lidl, pelo terceiro ano consecutivo, no ranking dos supermercados, “por ter dado passos concretos e seguros no sentido de excluir o pescado mais insustentável e favorecer as melhores práticas de pesca”.

Para mais informações contactar:



Maria Sousa :: Maria Teresa Loureiro  
maria.sousa@jervispereira.pt :: teresa.loureiro@jervispereira.pt  
936 040 904 :: 936 041 998  
[www.jervispereira.pt](http://www.jervispereira.pt)