



Lidl aduce în prim-plan valoarea meseriei de vânzător printr-o campanie dedicată profesioniștilor din întreaga industrie de retail

Pornind de la experiența celor 11.000 de angajați din magazinele sale, Lidl România lansează campania „Un job mare prin ochii celor mici”, care aduce în prim-plan valoarea meseriei de vânzător și rolul esențial pe care acești profesioniști îl au zi de zi în viața a milioane de oameni. Campania vorbește în numele lucrătorilor din întreaga industrie de retail și își propune să arate câtă muncă, pregătire și responsabilitate se află în spatele unei profesii adesea considerate obișnuite, dar care susține, de fapt, ritmul de zi cu zi al întregii comunități.

Pornind de la ideea „Uneori, cei mici văd cât de mare e meseria de vânzător”, campania propune o schimbare de perspectivă asupra unei profesii adesea privite doar prin prisma interacțiunii dintre angajatul magazinului și client.

În spatele unui produs găsit la raft, al unei probleme rezolvate sau al cumpărăturilor care se desfășoară firesc se află mult mai mult decât ceea ce vede clientul. De la recepția și organizarea mărfii până la verificarea produselor, utilizarea tehnologiei și interacțiunea cu clienții, meseria de vânzător presupune o varietate de responsabilități și competențe. Este o profesie în care atenția, organizarea, adaptabilitatea și capacitatea de a gestiona situații diferite sunt esențiale pentru buna funcționare a magazinelor.

Prin această campanie, Lidl alege să vorbească despre valoarea meseriei dintr-o perspectivă simplă și sinceră, cea a copiilor, care pot vedea în activitatea de zi cu zi a unui vânzător o lume fascinantă, plină de lucruri care stârnesc curiozitatea și admirația. Ceea ce pentru adulți face parte din rutina cumpărăturilor poate fi, pentru copii, o întreagă lume de explorat. Campania își propune să aducă mai multă apreciere și mândrie în jurul acestei profesii, dincolo de granițele unui singur brand.

„Vânzătorul este unul dintre profesioniștii pe care îi întâlnim cel mai des, dar rareori ne gândim la tot ceea ce presupune munca lui. În spatele unui produs aflat pe raft sau al unei experiențe plăcute de cumpărături stau multă muncă, atenție și responsabilitate. Avem aproximativ 11.000 de colegi care lucrează în magazinele Lidl și știm foarte bine cât de importantă este această meserie. În toți cei 15 ani de când suntem în România, am văzut zi de zi câtă dăruire există în prima linie. Campania «Un job mare prin ochii celor mici» este un mesaj de apreciere nu doar pentru colegii noștri, ci pentru toți cei care lucrează în retailul din România” declară **Ionela Sulugiuc, Chief People Officer & Board Member Lidl România.**

Din magazine, impactul ajunge în economia românească

Magazinele sunt locul în care clienții intră zilnic în contact cu întreaga activitate a industriei de retail. Produsele de la raft sunt rezultatul muncii unui număr mare de oameni, de la producători și furnizori până la cei care se ocupă de logistică, distribuție și activitatea din magazine.



Dimensiunea acestui ecosistem este ilustrată de cea mai recentă analiză privind impactul socio-economic al Lidl în România, realizată de KPMG pentru perioada 2011-2025. Potrivit analizei, în perioada 2011-2025, activitatea Lidl a susținut, cumulativ, peste 679.000 de echivalente de locuri de muncă cu normă întreagă anuale, prin efecte directe, indirecte și induse în economie. Astfel, pentru fiecare loc de muncă cu normă întreagă susținut direct de Lidl, sunt susținute alte 5,52 locuri de muncă echivalente la nivel național.

Dincolo de cifre, studiul arată amploarea activităților economice din spatele experienței de cumpărături. Iar angajații din magazine sunt cei care fac legătura, în fiecare zi, între toate aceste activități și clienți.

O campanie despre o meserie, dincolo de granițele unei companii

În prezent, aproximativ 11.000 de angajați lucrează în magazinele Lidl din România. Experiența acestora a stat la baza campaniei „Un job mare prin ochii celor mici”, însă mesajul merge mai departe de Lidl și se adresează tuturor profesioniștilor care lucrează în magazinele din România.

Prin această inițiativă, Lidl își propune să aducă în atenția publicului o meserie care presupune mult mai mult decât se vede la prima privire și care merită să fie mai bine cunoscută și apreciată. Pentru că, uneori, este nevoie să privim prin ochii celor mici pentru a înțelege cât de mare este munca celor din jurul nostru.

Campania „Un job mare prin ochii celor mici”, realizată împreună cu MRM România, se desfășoară până pe **22 noiembrie 2026** și va fi prezentă în mediul digital, pe Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn și YouTube, precum și prin publicitate outdoor. Mesajele campaniei vor putea fi văzute și pe fațade publicitare din București, Cluj, Iași și Timișoara, dar și pe ecrane digitale amplasate în 15 orașe din țară.

Spotul campaniei poate fi urmărit [AICI](#)

Despre Lidl

Lidl, parte a grupului Schwarz, cu sediul central în Neckarsulm, este una dintre companiile de top de pe piața de retail alimentar din Germania și Europa. Lidl operează în prezent în jur de 12.900 de magazine și peste 230 de centre logistice în 31 de țări.

La Lidl, punem preț pe un raport optim calitate-preț pentru clienții noștri. Simplitatea și orientarea către procese definesc activitățile zilnice din magazine, din centrele logistice regionale și din sediul central. În activitatea sa de zi cu zi, Lidl își asumă responsabilitatea față de oameni, societate și mediu. Pentru Lidl, sustenabilitatea înseamnă respectarea promisiunii de calitate, din nou, în fiecare zi.

În prezent, Lidl are peste 395.000 de angajați, dintre care peste 14.000 în România, unde retailer-ul german are deschise peste 400 de magazine și 6 centre logistice.

Pentru mai multe informații, vă rugăm să vizitați:

www.lidl.ro

www.corporate.lidl.ro

www.surprise.lidl.ro

[Facebook Lidl Romania](https://www.facebook.com/LidlRomania)



[Instagram @LidlRomania](#)

[Youtube Lidl Romania](#)

[TikTok @LidlRomania](#)

[LinkedIn@LidlRomania](#)