



Lidl lansează prima campanie internațională de brand în toate cele 31 de țări în care este prezent

Lidl lansează în 31 de țări europene prima sa campanie internațională de brand, sub sloganul „Știi că merită.”. Campania este mai mult decât un mesaj publicitar – este afirmarea noii promisiuni a brandului la nivel internațional și o punte emoțională cu clienții săi.

O promisiune pentru oameni

„Știi că merită.” transmite o promisiune pentru milioanele de oameni care au încredere în Lidl zi de zi și vine din convingerea Lidl că toată lumea are dreptul la produse sustenabile și de înaltă calitate, la prețuri accesibile. Acest principiu al accesibilității și al prețului corect nu este doar mesajul principal al acestei campanii - desfășurată între 21 septembrie și sfârșitul lunii octombrie - ci se regăsește în toate activitățile Lidl. „Știi că merită.” se reflectă în varietatea mărcilor private de foarte bună calitate, în sortimentul de produse bio și alternativele pe bază de plante, la preparatele din carne, în prospețimea zilnică pe care Lidl o garantează clienților noștri, în siguranța că în magazinele Lidl clienții găsesc produsele de care au nevoie, precum și în valoarea adăugată pe care o aduce de sărbători și cu fiecare ocazie specială în familii și comunități, prin produsele și acțiunile sale.

Mai mult decât prețuri: valoare pentru oameni

Sloganul înseamnă mai mult decât promisiunea unui raport calitate-preț avantajos. „Știi că merită.” înseamnă, totodată, recunoașterea și prețuirea a ceea ce contează cu adevărat în viață: siguranță, încredere și posibilitatea de a-ți transforma visurile în realitate.



Responsabilitatea și promisiunea Lidl pentru viitor

„Știi că merită.” este o promisiune:

- **pentru clienți** - Lidl își menține angajamentul de a oferi clienților produse de înaltă calitate la cele mai bune prețuri, oferind o gamă largă de produse în care pot avea încredere, precum și servicii și o experiență de cumpărături care pun pe primul loc oamenii.
- **pentru angajați** – Lidl investește în viitorul angajaților săi, sprijinindu-i să își atingă obiectivele profesionale și să dezvolte cariere de succes în cadrul companiei prin traininguri, mijloace de dezvoltare și oportunități de a avansa pentru fiecare.
- **pentru parteneri:** Lidl construiește parteneriate durabile și de încredere pentru a crește împreună cu partenerii săi, precum și pentru a oferi produse și servicii de calitate pe termen lung și pentru a avea impact pozitiv asupra clienților și comunităților din care face parte.
- **pentru mediu:** Lidl contribuie la un viitor mai bun, prin punerea oamenilor în centrul acțiunilor sale și protejarea mediului, prin măsuri concrete de prevenire și reducere a risipei alimentare, de reducere a cantității de plastic și de inovare a ambalajelor produselor comercializate, precum și prin asumarea unor angajamente de țin de bunăstarea animalelor și oamenilor.

În acest mod, Lidl aduce valoare reală pentru clienți, angajați și parteneri, punând bazele unui brand puternic, orientat spre viitor, cu o promisiune durabilă – pentru azi și pentru mâine.

Această convingere stă și la baza sloganului Lidl și este susținută de inițiative concrete, precum parteneriatele cu producătorii locali și angajamentul pentru dezvoltare sustenabilă. Ca parte a angajamentului în ceea ce privește protejarea mediului, Lidl s-a angajat să atingă obiectivul Net-Zero până în 2050, ceea ce înseamnă că va reduce emisiile de gaze cu efect de seră cât mai aproape de zero până în 2050 și va compensa emisiile inevitabile. Obiectivul de Net-Zero



include și emisiile încadrate în Categoria 3², de pe tot lanțul de aprovizionare Lidl, în aval și în amonte, unde sunt generate mai mult de 90% din emisiile totale ale companiei.

Campania „Știi că merită.”

Campania se desfășoară din 21 septembrie până la finalul lunii octombrie și are la bază o strategie media integrată, cu prezență pe toate canalele, menită să atingă și să surprindă clienții. Pe TV vor fi difuzate spoturi de 60 și 30 de secunde care pun în prim plan oamenii, realitățile și visurile lor de zi cu zi, surprinzând momentele care fac ca viața să merite să fie trăită mai din plin. Acestea vor fi completate de o serie de video-uri online rulate pe YouTube și pe principalele platforme de conținut digital. În plus, campania este prezentă și pe rețelele sociale, prin postări și materiale video dedicate, fiind susținută în paralel de publicitate outdoor, inclusiv panouri digitale, de campanii cu influenceri și de reclame audio.

[Spotul TV poate fi văzut aici](#)

„Prin noua noastră campanie, ne propunem să ajungem chiar și mai aproape de oameni și să le reamintim care sunt lucrurile care contează cu adevărat. **„Știi că merită.”** este mai mult decât un simplu mesaj, este promisiunea noastră pentru oamenii care își pun zi de zi încrederea în Lidl că este acolo pentru ei, în viața de zi cu zi și în momentele deosebite, fie că vorbim despre clienții, colegii sau partenerii noștri”, explică Oana Radu, Head of Marketing Lidl România.

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 peste 12.600 de magazine și peste 230 de centre logistice și depozite în 31 de țări.

Lidl este un smart discounter care le oferă clienților produse cu cel mai bun raport calitate-preț. În spatele serviciilor și operațiunilor din magazine și centrele logistice stau simplitatea și



orientarea către eficiență. Design-ul și structura proceselor standardizate sunt asigurate de către Lidl Stiftung, cu sediul central la Neckarsulm.

În prezent, Lidl are aproximativ 382.400 de angajați, dintre care peste 13.000 în România, unde retailer-ul german are deschise peste 370 de magazine și 6 centre logistice. Dinamismul din activitățile de zi cu zi, rezultatele durabile și corectitudinea în cooperarea profesională construiesc mediul de lucru pentru Lidl ca angajator, peste tot pe Glob.

În toate domeniile sale de activitate, Lidl este o companie care acționează cu responsabilitate față de oameni, societate și mediu. Pentru Lidl, sustenabilitatea este metoda prin care își îndeplinește, zi de zi, promisiunea cu privire la calitate.

Pentru mai multe informații, vă rugăm să vizitați:

www.lidl.ro

www.corporate.lidl.ro

www.surprise.lidl.ro

[Facebook Lidl Romania](#)

[Instagram @LidlRomania](#)

[Youtube Lidl Romania](#)

[LinkedIn@LidlRomania](#)