



COMUNICAT DE PRESĂ

Lidl aniversează 10 ani alături de români

În luna octombrie, Lidl România aniversează 10 ani de la intrarea pe piața locală. Recunoscut pentru angajamentul făcut clienților, de a le oferi produse la cel mai bun raport calitate-preț, retailerul a ajuns în prezent la o rețea locală de peste 300 de magazine și o echipă de aproximativ 10.000 de angajați la nivel național. Cu o viziune ce [integrează sustenabilitatea](#) și principiile eficienței în fiecare pilon al business-ului, în toți cei 10 ani de activitate, Lidl România s-a remarcat prin investiții atât în economie, cât și în societate: de la susținerea producătorilor români, până la investiții de peste 106,5 milioane de lei în programe dezvoltate împreună cu societatea civilă, pentru un viitor mai bun.

Lidl România e prezent pe piață cu un model de business unic, printr-un sortiment ce cuprinde în proporție de peste 80% produse marcă proprie, la cel mai bun raport calitate-preț. Mai mult, Lidl a introdus în România conceptul de *săptămână tematică*, pentru a le oferi românilor gusturi internaționale surprinzătoare.

Investiții în potențialul local

Încă de la intrarea pe piața din România, Lidl s-a concentrat pe potențialul local – pe de-o parte, pentru a susține dezvoltarea furnizorilor români, pe de altă parte, pentru a îmbogăți sortimentul de produse și a oferi opțiuni locale clienților. Astfel, compania lucrează cu peste **400 de furnizori de produse** din România și pune la dispoziția clienților **o ofertă de peste 3.000 de articole românești**, în sortimentul permanent și în promoții de tip in-and-out, în săptămâni tematice precum *Săptămâna Românească* sau *Săptămâna Retro*. Retailerul produce în România majoritatea produselor proaspete: carne proaspătă, mezeluri, lactate, dar și produse de panificație sau produse de tip *convenience*. Printre brandurile Lidl realizate împreună cu furnizori români se numără Pilos, Pikok sau Chef Select. În toamna anului 2015, compania a lansat gama [Cămara Noastră](#), marca proprie dedicată gustului autentic românesc, produsă exclusiv în România. Gama cuprinde **220 de produse**, atât în sortimentul permanent, dar și in-and-out.

De asemenea, în [Piața Lidl](#) clienții au la dispoziție o varietate de fructe și legume de proveniență autohtonă, inclusiv anumite soiuri tradiționale disponibile la raft în timpul sezonului. Prin proiectul „[Cultivat în România, specific românesc](#)”, lansat în parteneriat cu Universitatea de



COMUNICAT DE PRESĂ

Științe Agronomice și Medicină Veterinară din București (USAMVB), Lidl România susține producători români de fructe și legume, alături de care, de-a lungul timpului, **a revitalizat o serie de soiuri de autohone precum roșia de Buzău 1600, ceapa roșie de Buzău, ardeiul kapia roșu Potaissa sau ardeiul iute Jovial.**

Un alt obiectiv foarte important al companiei în ceea ce privește dezvoltarea locală este susținerea producătorilor români de a se extinde pe piața internațională. Astfel, Lidl facilitează exportul de marfă provenită de la furnizorii din România către magazinele Lidl din alte țări, făcând cunoscute produsele românești și către clienții din alte țări. [În ultimii 5 ani](#), Lidl România a facilitat exporturi de peste **164 de milioane de euro** pentru produsele furnizorilor români, către piețele din Europa.

Premiere pe piața locală

Cu o orientare permanentă spre nevoile clienților, retailerul și-a actualizat constant oferta de produse, marcând premiere importante la nivel de sortiment. De exemplu, Lidl România este primul retailer care a introdus în magazine un [întreg sortiment de produse BIO](#), pe care l-a completat și diversificat constant, gama numărând în prezent peste **300 de produse**, în sortimentul permanent și în promoțiile de tip in-and-out. O altă premieră a fost implicarea directă a consumatorilor în procesul de creare de noi produse. **Pelteaua de gutui a Eugeniei și ratavița doamnei Adriana** sunt **două produse marcă proprie pe care retailerul le-a creat după rețetele autentice ale unor gospodine**, prezente pe rafturile magazinelor Lidl sub brandul Cămara Noastră. În plus, în 2016, Lidl România [a fost primul retailer de pe piața locală care a eliminat din sortiment ouăle din categoria 3](#), iar de la finalul anului 2017, le-a eliminat și din rețetele tuturor produselor marcă proprie dezvoltate la nivel local.

Aproape de clienții din toată țara

Pentru a fi cât mai aproape de clienții din toată țara, în cei 10 ani pe piața locală, rețeaua de magazine a crescut constant, în prezent numărând **peste 300 de unități, în toate județele din țară**. Portofoliul Lidl cuprinde și **5 depozite** situate în localitățile Chiajna, Iernut, Lugoj, Nedelea, Roman, cel de-al **șaselea fiind în construcție**, în localitatea Fundeni, lângă București.

Sustenabilitatea se află în ADN-ul business-ului Lidl, iar acest lucru se reflectă inclusiv în modul în care sunt construite clădirile în care își desfășoară activitatea, în care își extinde rețeaua de



COMUNICAT DE PRESĂ

magazine și cea logistică. Astfel, magazinele Lidl sunt construite conform celor mai înalte standarde de sustenabilitate. **6 magazine Lidl din România** sunt echipate cu un total de aproximativ **2.000 de panouri fotovoltaice**, iar compania are o rețea de peste **140 de puncte de reîncărcare pentru mașini electrice, în parcurile magazinelor sale din țară**. Mai mult, în 2019, magazinul Lidl din cartierul bucureștean Aviației a fost desemnat cel mai sustenabil magazin din lume, prin certificarea BREEAM Outstanding, fiind primul magazin din România cu acest nivel de certificare și magazinul cu cel mai mare punctaj la nivel mondial - 99,1%, la categoria *BREEAM International New Construction 2013*. În plus, portofoliul Lidl cuprinde alte două clădiri certificate BREEAM – sediul central din București și centrul logistic din Lugoj.

10 ani de fapte pentru un viitor mai bun

Sub umbrela *Pentru un viitor mai bun*, Lidl România investește în parteneriate strategice ce urmăresc trei direcții: educație, mediu și dezvoltarea serviciilor de urgență. În cei 10 ani de prezență în România, Lidl a susținut peste **100 de ONG-uri**, investind în total peste **106,5 milioane de lei** în dezvoltarea societății românești, cu scopul de a avea un impact pozitiv pe termen lung în comunitățile în care activează.

- Lidl România este partener al **Federației Băncilor pentru Alimente din România**, încă de la înființarea primei astfel de Bănci în București, în 2016, pentru a contribui la combaterea risipei alimentare;
- Prin **programul „Cu Apele Curate”**, lansat în 2019 împreună cu **Asociația MaiMultVerde**, Lidl România a contribuit la **informarea a peste 65.000 locuitori și la colectarea a peste 200 de tone de plastic din Dunăre**, din 10 comunități;
- Prin parteneriate strategice cu organizațiile Teach for Romania și UNICEF, Lidl România facilitează **accesul la educație incluzivă** pentru elevii din comunități vulnerabile. **Alături de World Vision România, prin programul Pâine și Mâine, Lidl România contribuie încă din 2016 la reducerea abandonului școlar în mediul rural;**
- Din 2019, prin parteneriat cu Centrul Step by Step, **Lidl România se implică în susținerea accesului la educație timpurie;**
- Lidl România a **facilitat dotarea cu 17 motociclete de intervenție urbană a filialelor SMURD din 7 județe din țară.**



COMUNICAT DE PRESĂ

Echipa Lidl România, un exemplu de eficiență și performanță

La cei 10 ani de activitate pe plan local, Lidl România înseamnă o echipă de aproape 10.000 de angajați la nivel național. Lidl pune oamenii în centrul activității și, de aceea, investește constant în asigurarea celui mai bun mediu de lucru pentru angajații săi. Compania investește constant în oferirea oportunității de dezvoltare profesională pentru toți angajații săi, în pachete competitive de compensații și beneficii revizuite anual, dar și în crearea celor mai bune condiții de muncă. Acest lucru i-a adus recunoașterea ca **angajator de top în ultimii 5 ani, prin certificarea Top Employer**, acordată de către institutul independent Top Employers din Olanda.

10 ani de Lidl + Tine. Ceea ce ne leagă e tot ce contează

Lidl celebrează 10 ani în România printr-o campanie *Manifest* care vorbește despre relația construită alături de clienții săi în tot acest timp, sub sloganul „Ceea ce ne leagă e tot ce contează”. În centrul campaniei se află spotul TV, care poate fi vizualizat [aici](#), a cărui coloană sonoră este melodia „Aici”. Melodia creată special pentru spot este o colaborare în premieră între patru dintre cei mai cunoscuți artiști din România – INNA, Irina Rimes, Carla’s Dreams și The Motans.

Pentru a sărbători cei 10 ani alături de clienți, Lidl a pregătit o serie de Oferte de Zece și premii aniversare ce pot fi câștigate prin simpla înscriere a unui bon de cumpărături de minim 70 lei pe surprise.lidl.ro/10ani sau prin SMS la 1817. Promoția se derulează până pe 14 noiembrie 2021.

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](#)

[Twitter Lidl Romania](#)

Lidl România · Biroul de presă Lidl România

Str. Cpt. Aviator Alexandru Șerbănescu, Nr. 58 · presa@lidl.ro