Θεσσαλονίκη, 18/06/2020

**«ΣΑΣ ΚΟΙΤΑΜΕ ΣΤΑ ΜΑΤΙΑ» - H ΝΕΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΚΑΜΠΑΝΙΑ ΤΗΣ LIDL ΕΛΛΑΣ**

Με σύνθημα **«Σας κοιτάμε στα μάτια»,** η **Lidl Ελλάς** συστήνει τη **νέα 360ο επικοινωνιακή της καμπάνια**, αναδεικνύοντας τις ενέργειες που πραγματοποιεί για να διασφαλίσει τις αρχές της εμπιστοσύνης και της ασφάλειας σε όλο το φάσμα των δραστηριοτήτων της.

Σε αυτή τη δύσκολη συγκυρία, στέκεται με **σεμνότητα και αίσθημα ευθύνης** δίπλα στους πελάτες, τους προμηθευτές, τους συνεργάτες της και την ελληνική κοινωνία, αναλαμβάνοντας έναν σημαντικό ρόλο ευθύνης. Έναν ρόλο που πρέπει να εμπνέει **ασφάλεια και εμπιστοσύνη**, όπως ένα σούπερ μάρκετ οφείλει να κάνει.

**«Για να σηκώσεις το κεφάλι και να κοιτάξεις κάποιον στα μάτια, πρέπει πρώτα να έχεις κοιτάξει χαμηλά. Να έχεις σκύψει πάνω από όλα όσα έχουν αξία».** Αυτό είναι και το κεντρικό μήνυμα της καμπάνιας προβάλλοντας όσα κάνει η εταιρία για να διασφαλίσει τις αρχές της ασφάλειας και της εμπιστοσύνης σε όλο το φάσμα των δραστηριοτήτων της:

• Λειτουργεί με γνώμονα τη διασφάλιση της ποιότητας σε κάθε στάδιο της εφοδιαστικής της αλυσίδας, τηρώντας τα μέτρα υγιεινής και ασφάλειας από την παραγωγή και την αποθήκευση των προϊόντων, μέχρι τη μεταφορά και την τοποθέτησή τους στα ράφια των καταστημάτων.

• Διατηρεί μακροχρόνιες σχέσεις εμπιστοσύνης και συνεργασίας με πάνω από 400 Έλληνες προμηθευτές, προσφέροντας κάθε μέρα τα πιο φρέσκα προϊόντα στους καταναλωτές. Περιορίζει την ανθρώπινη παρέμβαση και επαφή με τα τρόφιμα, μεριμνώντας ώστε προϊόντα, όπως το κρέας και τα ψάρια, να συσκευάζονται σε τροποποιημένη και προστατευμένη ατμόσφαιρα που εγγυάται, πέρα από την ασφάλεια, και την αυξημένη διάρκεια ζωής του προϊόντος.

• Διασφαλίζει τις πιο χαμηλές τιμές της αγοράς και στηρίζει έμπρακτα την ελληνική οικογένεια, αξιοποιώντας τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα του λειτουργικού της μοντέλου.

• Αποδεικνύει με πράξεις ότι η έννοια της κοινωνικής αλληλεγγύης είναι ενσωματωμένη στο DNA της. Με αυξημένα αντανακλαστικά και μέσω μιας σειράς πρωτοβουλιών απαντά έμπρακτα στις έκτακτες ανάγκες που δημιουργήθηκαν την περίοδο της υγειονομικής κρίσης. Μεταξύ άλλων προσέφερε 100.000€ στο Ε.Σ.Υ., δώρισε 50.000 μάσκες στην Περιφέρεια Αττικής και 120.000 μάσκες στο Υπουργείο Παιδείας για τις πανελλαδικές εξετάσεις της Γ’ Λυκείου και στήριξε τους Δήμους σε καραντίνα με το πρόγραμμα «Βοήθεια στο σπίτι».

Η καμπάνια απλώνεται σε όλα τα παραδοσιακά και νέα διαφημιστικά μέσα και για την υλοποίησή της χρειάστηκε συντονισμός πολλών ομάδων: οι άνθρωποι της Lidl Ελλάς με τη στρατηγική επικοινωνίας, οι άνθρωποι της διαφημιστικής εταιρίας The Newtons Laboratory με τη δημιουργική ιδέα, οι άνθρωποι της Filmiki Productions με τον συντονισμό της παραγωγής, ο σκηνοθέτης Γιώργος Ζαφείρης που οπτικοποίησε την ιστορία με τη δημιουργική του ματιά σε συνεργασία με τον διευθυντή φωτογραφίας Ευθύμιο Μπακατάκη.

Aπολαύστε την [εδώ](https://www.youtube.com/watch?v=13wgOJ3j8oY).

**Επισκεφθείτε τη Lidl Ελλάς και στα:**

**https://corporate.lidl-hellas.gr**

[**www.facebook.com/lidlgr**](http://www.facebook.com/lidlgr/)

[**www.twitter.com/Lidl\_Hellas\_**](http://www.twitter.com/Lidl_Hellas_)

[**www.instagram.com/lidl\_hellas**](https://www.instagram.com/lidl_hellas/)

[**www.linkedin.com/company/lidl-hellas**](http://www.linkedin.com/company/lidl-hellas)

**https://www.youtube.com/user/lidlhellas**