



## Lidlin tuttu tarjouslehti uudistuu – paperi vähenee neljänneksellä

Lidlin kotitalouksille tutuksi tullut, värikäs tarjouslehti uudistuu. Taustalla on halu palvella asiakkaita entistä paremmin, tuoda valikoiman vahvuudet selkeämmin esille sekä päästä samalla Lidlin vastuullisuustavoitteisiin vähentämällä paperin määrää. Viikoittain 2 miljoonaa kotitaloutta tavoittava tarjouslehti on Lidlin tärkein markkinointikanava.

Lidl toteutti keväällä 2020 tarjouslehteensä liittyen kuluttajatutkimuksen, josta selvisi, että lehti on erittäin pidetty ja houkutteleva. Se erottuu muista kuluttajille suunnatuista tarjouslehdistä raikkaudellaan sekä värikkyydellään. Kehityskohteeksi toivottiin kääntölehdestä luopumisen ohella yleistä selkeyttä. Tämän pohjalta lehden rakennetta selkeytetään niin tuoteryhmien jaottelussa kuin tarjousajankohtien merkitsemisessäkin.

Tarjouslehti muuttuu nyt A3-tabloid-muodosta A4-vihkomuotoon, eli lehden koko puolittuu. Paperia säästetään tällä muutoksella 25 prosenttia eli peräti 1 300 tonnia vuodessa, mikä on Lidlille merkittävä vastuullisuusteko. Lehdessä käytetty paperi on lisäksi joutsenmerkittyä ja ympäristösertifioitua.

- Kuluttajatutkimuksessa kävi ilmi, että ihmiset ovat todella kiintyneitä paperilehtiseemme. Haluamme panostaa asiakkaidemme toiveisiin, mutta on tärkeää huomioida myös vastuullisuustavoitteemme. Tämän yhtälön avulla loimme uuden formaatin tarjouslehdelle, joka palvelee kaikkia, kertoo Lidlin markkinointipäällikkö Laura Siltanen.

### Huomioidaan myös erikoisruokavaliot

Tarjouslehden uudistuksen myötä kääntölehdestä luovutaan. Lehti etenee kronologisesti torstaista alkavista loppuviikon tarjouksista jatkuen alkuviikon tarjouksiin. Etukannessa esitellään viikon mielenkiintoisimmat tärpit ja takakanteen kerätään lauantain supertarjoukset.

- Lisäksi olemme halunneet uudistaa lehteä erikoismerkintöjen ulkoasun osalta selkeämmäksi sekä lisätä merkit erikoisruokavaliota noudattaville. Ne ovat osa tätä päivää ja on hyvä huomioida myös heitä, sanoo Siltanen.

Lidlin ensimmäinen suoramainoslehti tavoitti suomalaiset jo vuonna 2002. Nyt uusiin versio lehdestä saapuu myymälöihin ja putoaa kotipostiluukuista 24.6. Lehti on saatavilla etukäteen myös Lidlin nettisivuilla [www.lidl.fi/ajankohtaista/saehkoeiset-mainoslehdet](http://www.lidl.fi/ajankohtaista/saehkoeiset-mainoslehdet)

**Lisätietoja:** viestintäasiantuntija Sanna Mämmi, Lidlin viestintä, p. 09 2345 6400, [media@lidl.fi](mailto:media@lidl.fi)