



## COMUNICADO DE IMPRENSA

---

Sintra, 1 de agosto de 2019

### **LIDL TRANSFORMA CÃES E GATOS EM EMBAIXADORES DE CAMPANHA DE SENSIBILIZAÇÃO CONTRA O ABANDONO ANIMAL**

**Porque o “Abandono não tem graça” o Lidl Portugal promove a sua 11ª campanha de sensibilização contra o abandono de animais demonstrando que, sem eles, tudo deixa de ter graça. As participações irão resultar em doações de ração Orlando e Coshida a instituições de apoio animal.**

Desde 2012, ano de criação da página oficial do Lidl Portugal, que as campanhas solidárias fazem parte do ADN da presença da marca nas redes sociais. Ao longo destes anos, o Lidl Portugal tem-se tornado especialista no que diz respeito ao conhecimento dos animais de estimação, permitindo-lhe saber, por exemplo, quais os nomes dos animais mais populares escolhidos pelos portugueses: Luna, Kiko, Mia, Kika e Nina.

Em continuação deste trabalho, que tem como propósito a sensibilização para o não abandono, o Lidl Portugal promove a partir de 1 de agosto, a sua décima primeira campanha de apoio animal mediante o mote “os animais têm graça, mas o abandono não”. A internet está repleta de vídeos engraçados, que as pessoas visualizam e partilham diariamente com os amigos. Sobretudo os vídeos com aquelas reações inesperadas dos nossos animais que são motivo de muitas gargalhadas. E se de repente deixássemos de poder ver esses vídeos?

A nova campanha de sensibilização “Abandono não tem graça”, desenvolvida em parceria com a agência Fullsix, tem como objetivo lembrar como os animais podem ser fantásticos e surpreendentes, promotores de verdadeira alegria numa casa. Pelo contrário, o abandono não tem graça nenhuma. Com maior ocorrência nos períodos de férias, estima-se que em 2018 tenha havido um crescimento na ordem de 10% a 20% de abandonos relativamente ao ano de 2017, segundo dados revelados pela Liga Portuguesa dos Direitos do Animal.

---

#### **Lidl Portugal**

Departamento de Comunicação: T: 219 102 277 | E: comunicacao@lidl.pt

Cunha Vaz & Associados: Sofia Duff Burnay/Patrícia Brito | T: 210 120 600 | E: sb@cunhavaz.com/pb@cunhavaz.com



## COMUNICADO DE IMPRENSA

---

A decorrer na página de Facebook da marca através de um Messenger BOT, esta campanha, desafia todos os portugueses a transformarem os seus cães e gatos em embaixadores desta causa. Como? Basta enviar um vídeo engraçado do seu animal e o seu respetivo nome. Em troca receberá este mesmo vídeo personalizado com a frase “ O Campeão tem graça, o abandono não ”, que poderá partilhar nas suas redes sociais a favor desta campanha. Os melhores vídeos serão partilhados na página de Facebook do Lidl.

Por cada nova submissão de vídeo no BOT e por cada partilha dos vídeos da campanha na página pessoal do utilizador, o Lidl Portugal compromete-se a doar um prato de ração Orlando (para cão) ou Coshida (para gato) a uma de 8 associações de proteção animal escolhidas pelos colaboradores Lidl. O cliente poderá escolher a qual destas a ração será entregue. A lista de associações de apoio animal abrange todo o país.

Com as campanhas desenvolvidas até à data, o Lidl já entregou mais de 57 toneladas de ração Orlando a associações de norte a sul do país.

### **Sobre o Lidl:**

O Lidl, empresa de retalho pertencente ao grupo alemão Schwarz, é um dos líderes de mercado a nível europeu. Tem representação em 30 países e conta com cerca de 10.500 lojas e mais de 150 centros de distribuição em 29 países. Há mais de 20 anos em Portugal, o Lidl tem atualmente mais de 250 lojas no país, e continua a apostar na remodelação das suas lojas, cumprindo a promessa de Mais para Si.

O Lidl aposta no fornecimento produtos de máxima qualidade ao melhor preço. A simplicidade e a orientação de processos determinam as operações diárias nas lojas, centros de distribuição regionais e serviços. A sede do Lidl, localizada na cidade alemã de Neckarsulm, é responsável pela conceção e estrutura de todos os processos standardizados.

O Lidl conta atualmente com cerca de 260.000 colaboradores em todo o mundo. O dinamismo no trabalho do quotidiano, a força como um resultado e o respeito mútuo com colaboradores e parceiros caracterizam o trabalho da empresa em todos os países onde está presente.

No quotidiano, a empresa assume a responsabilidade pelas pessoas, sociedade e ambiente. Para o Lidl a sustentabilidade é cumprir a sua promessa de qualidade, todos os dias. Assim, foca-se onde as suas próprias ações têm efeitos reais e por isso centra-se em cinco áreas de atuação: Sortido, Colaboradores, Ambiente, Parceiros de Negócios e Sociedade.

De acordo com a LZ Retailytics, o Grupo Schwarz é o maior retalhista alimentar da Europa, tendo gerado vendas de 96.9 mil milhões de euros no ano fiscal de 2017.

---

### **Lidl Portugal**

Departamento de Comunicação: T: 219 102 277 | E: comunicacao@lidl.pt

Cunha Vaz & Associados: Sofia Duff Burnay/Patrícia Brito | T: 210 120 600 | E: sb@cunhavaz.com/pb@cunhavaz.com



# COMUNICADO DE IMPRENSA

---

## Contactos

### Lidl Portugal:

Departamento de Comunicação Corporativa | 219 102 124 | [comunicacao@lidl.pt](mailto:comunicacao@lidl.pt)

### Cunha Vaz & Associados:

Sofia Duff Burnay & Patrícia Brito | 210 120 600 | [sb@cunhavaz.com](mailto:sb@cunhavaz.com) / [pb@cunhavaz.com](mailto:pb@cunhavaz.com)

---

## Lidl Portugal

Departamento de Comunicação: T: 219 102 277 | E: [comunicacao@lidl.pt](mailto:comunicacao@lidl.pt)

Cunha Vaz & Associados: Sofia Duff Burnay/Patrícia Brito | T: 210 120 600 | E: [sb@cunhavaz.com](mailto:sb@cunhavaz.com)/[pb@cunhavaz.com](mailto:pb@cunhavaz.com)