



COMUNICADO DE IMPRENSA

Sintra, 18 de outubro de 2019

CAMPANHA LIDL BATE RECORDES E GARANTE 284 MIL REFEIÇÕES A ANIMAIS ABANDONADOS

São os melhores resultados obtidos entre as campanhas Lidl de sensibilização contra o abandono animal: 284 mil refeições, correspondentes a quase 43 toneladas, em benefício de oito associações. Durante dois meses, a campanha “Abandono Não tem Graça” desafiou os fãs do Facebook a ajudarem – através da partilha de vídeos dos seus animais de estimação. Os clientes também contribuíram através de compras socialmente responsáveis em loja.

Com o maior resultado desde sempre, o “Abandono Não tem Graça” angariou 284mil refeições de ração Orlando e Coshida, correspondentes a 42.6 toneladas, mais que duplicando as 113 mil refeições (17 toneladas) doadas na última campanha de 2018 – Família Não se Abandona. Esta será a maior doação de ração animal alguma vez feita em resultado de uma campanha de sensibilização contra o abandono animal, desenvolvida exclusivamente por uma empresa de retalho.

Sob o mote “Abandono não tem graça”, entre 2 de agosto e 4 de outubro, o Lidl desafiou os seus fãs do Facebook a partilhar um vídeo engraçado do seu animal através do Messenger BOT. Por cada nova submissão de vídeo ou por cada partilha, o Lidl Portugal comprometeu-se a doar um prato de ração a uma de oito associações de proteção animal, de norte a sul do país: Porto - Sociedade Protetora dos Animais do Porto; Ponte de Lima (Viana do Castelo) – ALAAR, Associação Limiana dos Amigos dos Animais de Rua; Tomar (Santarém) - Associação Protetora dos Animais do Ribatejo; Coimbra - AGIR - Associação Agir pelos Animais; Sintra – NAAS, Núcleo de Apoio aos Animais de Sintra; Lameiras (Sintra) - Patudos Felizes; Ourique (Beja) - Os Rafeiritos do Alentejo; Sesimbra - O cantinho da Milú. As associações foram escolhidas pelos colaboradores do Lidl, com base numa pré-seleção desenvolvida em parceria com a Liga Portuguesa dos Direitos do Animal.

A par da ação no Facebook e em celebração do Dia do Animal – que se assinalou a 4 de outubro – o Lidl estendeu a campanha digital a todas as lojas e, de 30 setembro a 4 de outubro, na compra de um saco de 20kg de ração Orlando ou 2kg de ração Tron, 20 refeições e 2 refeições, respetivamente, foram

Lidl Portugal

Departamento de Comunicação: E: press@lidl.pt | Info: www.institucional.lidl.pt

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



COMUNICADO DE IMPRENSA

também angariadas para estas mesmas instituições. Graças aos fãs do Facebook e aos clientes Lidl, a campanha obteve como resultado as 284 mil refeições.

A campanha “Abandono não tem graça”, desenvolvida com a agência Fullsix, teve 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 e estima-se que em 2018 tenha havido um crescimento na ordem de 10% a 20% de abandonos relativamente ao ano de 2017, de acordo com dados da Liga Portuguesa dos Direitos do Animal.

Desde 2012, ano de criação da página oficial do Lidl Portugal, que as campanhas solidárias fazem parte do ADN da marca nas redes sociais sendo esta a 11ª campanha de solidariedade animal. Com as campanhas desenvolvidas até à data, o Lidl já entregou mais de 100 toneladas de ração a associações de norte a sul do país.

Mais informações em: www.institucional.lidl.pt/media-center

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 32 países e conta com cerca de 10.800 lojas e mais de 160 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 287.000 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 superiores a 100 mil milhões de euros no ano fiscal de 2018.

Lidl Portugal

Departamento de Comunicação: E: press@lidl.pt | Info: www.institucional.lidl.pt

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



COMUNICADO DE IMPRENSA

Em Portugal, o Lidl tem cerca de 6800 colaboradores, distribuídos por 255 lojas, de norte a sul do país, e quatro direções regionais e entrepostos, para além da sede: Famalicão (Norte), Torres Novas (Oeste), Sintra (Centro) e Palmela (Sul). De acordo com um Estudo de Impacto realizado pela consultora independente KPMG, só em 2018, o Lidl Portugal contribuiu com 2.120 milhões de euros a nível de geração de riqueza, representando 1% do PIB nacional.

Lidl Portugal

Departamento de Comunicação: E: press@lidl.pt | Info: www.institucional.lidl.pt

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