



COMUNICADO DE IMPRENSA

Sintra, agosto de 2018

LIDL LANÇA CAMPANHA DE SENSIBILIZAÇÃO CONTRA O ABANDONO DE ANIMAIS

Porque a “Família não se abandona”, o Lidl Portugal está a promover uma nova campanha de sensibilização para o abandono de animais, que infelizmente aumenta em época de verão. Esta iniciativa, a 10ª do género no Lidl, irá doar ração Orlando e Coshida a instituições de apoio animal, e está já a ser um sucesso.

Em Portugal são abandonados mais de 10.000 animais por ano, sendo uma das principais causas as férias dos donos e o facto de não terem local para os deixar.

Porque um animal de estimação é como família, e família não se abandona, o Lidl Portugal lançou a 1 de agosto, através das suas marcas exclusivas de ração Orlando (para cão) e Coshida (para gato), a sua décima campanha de apoio a animais, na qual doará ração a instituições de apoio animal.

A decorrer na página de facebook da marca, através de um Messenger BOT para o facebook desenvolvido pela agência Fullsix, a campanha “Família não se abandona” desafia todos os portugueses a tornarem os seus animais verdadeiros membros da sua família. Como? Dando-lhes o seu apelido! O “Pantufa” da família Silva, torna-se o Pantufa Silva. O “Bobby” dos Mendonça, torna-se o Bobby Mendonça. O “King” da família Abreu, torna-se King Abreu.

As famílias dos animais podem fazer a alteração do nome através do Messenger BOT, bastando para isso aceder ao facebook do Lidl Portugal. Depois do registo efetuado, recebem uma nova capa para colocarem no boletim do animal, com o seu novo nome, e escolhem a associação à qual gostariam que fosse entregue a ração a doar, além de receberem também várias dicas relacionadas com os animais de estimação, e também sugestões de onde os deixar em período de férias.

Por cada novo registo de nome e por cada partilha de post sobre a iniciativa na página de Facebook pessoal, o Lidl Portugal compromete-se a doar um prato de ração a 10 instituições de apoio animal, que foram escolhidas pelos colaboradores Lidl e abrangem todo o país de norte a sul. A apresentadora

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

Isabel Silva é a embaixadora da campanha, mudando o nome do seu cão Caju para fazer parte da família Silva.

Às primeiras 24 horas a campanha estava já a ser um sucesso entre os internautas, contando com cerca de 10.000 registos de alteração do apelido do animal de estimação. A par disso, o post de apresentação da campanha no facebook registou mais de 3.700 interações e mais de 3.800 partilhas, bem como mais de 1.400 comentários positivos sobre a ação.

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, sendo esta a décima campanha do género. As campanhas desenvolvidas geraram a entrega de um total de mais de 40 toneladas de ração Orlando a associações de norte a sul do país.

A campanha Cãopartilha, lançada no ano passado, contou com mais de 100.000 partilhas e cerca de 300 participações, tendo sido arrecadadas 16,4 toneladas de ração para 10 associações.

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 mais de 10.000 lojas, mais de 150 centros de distribuição em 28 países e cerca de 225.000 colaboradores. Há mais de 20 anos em Portugal, o Lidl tem atualmente mais de 250 lojas e 4 entrepostos no país, e continua a apostar na remodelação das suas lojas, cumprindo a promessa de Mais para Si e fornecendo produtos de máxima qualidade ao melhor preço.

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. A simplicidade e a orientação de processos determinam as operações diárias nas lojas, centros de distribuição regionais e serviços. Para o Lidl a sustentabilidade é cumprir a sua promessa de qualidade, todos os dias. A empresa 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.

O Grupo Schwarz é o maior retalhista alimentar da Europa desde 2014 e gerou um volume de negócios de 90,2 mil milhões de euros no ano fiscal de 2016.

Contactos

Lidl Portugal:

Departamento de Comunicação Corporativa | 219 102 124 | comunicacao@lidl.pt

Cunha Vaz & Associados:

Sofia Duff Burnay & Patrícia Brito | 210 120 600 | sb@cunhavaz.com / pb@cunhavaz.com

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

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