



## COMUNICADO DE IMPRENSA

---

Sintra, 3 de outubro de 2018

### **LIDL E OS SEUS FÃS NO FACEBOOK ANGARIAM MAIS DE 113 MIL REFEIÇÕES PARA ANIMAIS ABANDONADOS**

**A décima campanha do Lidl Portugal em prol dos animais, “Família não se abandona”, angariou um total de 113.960 refeições para animais abandonados, número recorde no historial de campanhas deste género no Lidl, bem como mais de 35 mil registos.**

Numa altura em que se celebra o Dia Mundial do Animal, faz-se o rescaldo do verão: 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.

Um animal de estimação é parte integrante da família, e família não se abandona. Foi este o racional da campanha que o Lidl Portugal lançou este verão, através das suas marcas exclusivas de ração Orlando (para cão) e Coshida (para gato), a sua décima campanha de apoio a animais, através da qual irá doar um total de 113.960 refeições (17,1 toneladas) a instituições de apoio animal graças aos mais de 35 mil registos de alteração de nome. Este valor é um recorde no historial de iniciativas do género do Lidl, superando as 109.000 refeições da última campanha - “Cãopartilha”.

A campanha decorreu na página de Facebook da marca e desafiou todos os portugueses a darem o seu apelido aos animais de estimação, tornando-os verdadeiros membros da sua família. A alteração do nome era feita através do Messenger BOT existente na página de Facebook da marca e, depois do registo efetuado, os seguidores receberam uma nova capa para colocarem no boletim de vacinas do animal, com o seu novo nome, escolhendo também a associação à qual gostariam que fosse entregue a ração a doar. O BOT permitia ainda aos internautas deixarem o seu testemunho, tendo o Lidl Portugal recebido cerca de 4.000 histórias felizes.

Por cada novo registo de nome e por cada partilha de post sobre a iniciativa, o Lidl Portugal comprometeu-se a doar um prato de ração a 10 instituições de apoio animal, de norte a sul do país, e selecionadas pelos colaboradores Lidl. Também a apresentadora de TV Isabel Silva se juntou a esta campanha, mudando o nome do seu cão Caju para fazer parte da família Silva.

---

#### **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

---

Apesar de terminada a campanha, com um total de 113.960 refeições a serem atribuídas a instituições de apoio animal e 35.525 animais a ganharem o apelido dos seus donos, o Lidl decidiu continuar a tornar os animais parte da família. Tem, por isso, o compromisso de ajudar uma associação por mês por cada registo feito no BOT, que continuará assim ativo no decorrer de 2018.

Desde 2012, ano de criação da página oficial do Lidl Portugal, que as campanhas solidárias fazem parte do ADN da marca nas redes sociais. As ações desenvolvidas já geraram a doação de um total de mais de 57 toneladas de ração Orlando e Coshida 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 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](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)