



COMUNICADO DE IMPRENSA

Sintra, 10 de dezembro de 2020

LIDL LANÇA CAMPANHA DE SENSIBILIZAÇÃO PARA EVITAR AUMENTO DO ABANDONO ANIMAL DURANTE A PANDEMIA

O Dia Internacional dos Direitos dos Animais foi o escolhido pelo Lidl Portugal para o lançamento da sua 12ª campanha de sensibilização contra o abandono animal, que este ano, em contexto de pandemia, ganha especial relevância. A marca desafia assim os portugueses a ajudarem a evitar este drama social.

Desde 2012, ano de criação da página oficial do Lidl Portugal, que as campanhas solidárias fazem parte do ADN da marca nas suas redes sociais. Este ano não será exceção e o Lidl lança – a propósito do Dia Internacional dos Direitos dos Animais, celebrado a 10 de dezembro – mais uma campanha que procura fazer a diferença, sensibilizando para a problemática do abandono de animais de estimação, desta vez ajudando famílias carenciadas a conseguirem alimentar os cães e gatos - uma problemática que se torna ainda mais urgente no atual contexto de pandemia, dados os efeitos sociais e económicos causados pelo Covid-19.

Nesse sentido, entre 10 de dezembro e 10 de fevereiro, sob o mote 'Lidl Feeding Feed', o Lidl lança um desafio aos seus seguidores: ajudarem a criar o primeiro *feed* de Instagram onde publicar a foto do seu animal a comer alimentará outros de famílias carenciadas, evitando o seu abandono.

Esta campanha, desenvolvida com a agência Mustard, é lançada em parceria com a Animalife, uma associação sem fins lucrativos, com uma década de existência, que tem como missão combater o abandono de animais de estimação em Portugal, providenciando apoio a famílias carenciadas e pessoas sem abrigo que possuam cães e gatos.

Com a ajuda dos portugueses, o Lidl procurará com o seu 'Feeding Feed' ajudar a evitar o abandono animal, ao apoiar as mais de 500 famílias carenciadas, sinalizadas pela Animalife, de norte a sul do país, através da doação de ração Orlando e Coshida, aos seus cerca de 1900 cães e gatos.

Lidl Portugal

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

Press Club: Margarida Borges | T: 21 011 33 20 | E: margarida@pressclub.pt



COMUNICADO DE IMPRENSA

A decorrer na página de Instagram da marca, esta campanha desafia os portugueses a ajudarem quem mais precisa a alimentar os seus animais. Como? Basta tornarem-se fãs da página, publicarem uma ou mais fotos do seu animal de estimação a comer, com o hashtag #lidlfeedingfeed. Por cada uma destas ações – seguir e/ou partilhar -, o Lidl doará refeições de ração Orlando e Coshida a este grupo de famílias necessitadas.

Distinguidas pelos Prémios Eficácia, pelos Prémios de Meios Sapo e Prémios Marketing Meios & Publicidade, 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.

Sobre o Lidl:

Há 25 anos em Portugal, o Lidl tem cerca de 7500 colaboradores, distribuídos por 260 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). Segundo um Estudo de Impacto realizado pela consultora independente KPMG, em 2018, o Lidl Portugal contribuiu com 2.120 milhões de euros a nível de geração de riqueza, representando 1% do PIB nacional.

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 11.200 lojas e mais de 200 centros de distribuição em 29 países.

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 mais de 310.000 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 113 mil milhões de euros no ano fiscal de 2019.

Lidl Portugal

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

Press Club: Margarida Borges | T: 21 011 33 20 | E: margarida@pressclub.pt



COMUNICADO DE IMPRENSA

Lidl Portugal

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

Press Club: Margarida Borges | T: 21 011 33 20 | E: margarida@pressclub.pt