



## COMUNICADO DE IMPRENSA

---

Sintra, fevereiro 2021

### **LIDL ANGARIA 50 MIL REFEIÇÕES PARA ANIMAIS DE ESTIMAÇÃO DE FAMÍLIAS CARENCIADAS, AJUDANDO A EVITAR O SEU ABANDONO.**

**A 12ª campanha de sensibilização do Lidl Portugal contra o abandono animal angariou um total de 50 mil refeições, que irão alimentar os animais de estimação de cerca de 500 famílias carenciadas, sinalizadas pela Animalife.**

A propósito do Dia Internacional dos Direitos dos Animais, celebrado a 10 de dezembro, o Lidl lançou uma campanha que procurou fazer a diferença, sensibilizando a comunidade para o combate ao abandono animal. Neste caso, reforçando o seu compromisso para com a sociedade, o Lidl procurou ajudar famílias, sinalizadas como carenciadas, a conseguirem alimentar os seus cães e gatos. Este apoio reveste-se de ainda maior importância no atual contexto de pandemia que torna a situação ainda mais urgente, dados os efeitos sociais e económicos causados pelo Covid-19.

A campanha, lançada em parceria com a associação Animalife – associação cujo objetivo é diminuir o grave problema do abandono animal atuando sobre a vulnerabilidade económica e social das famílias -, decorreu na página oficial do Instagram do Lidl, entre os dias 10 de dezembro e 10 de fevereiro, e desafiou os portugueses a ajudarem as famílias que mais precisam a alimentar os seus animais. Para isso, bastava tornarem-se fãs da página e/ou publicarem uma ou mais fotografias do seu animal de estimação a comer, com o hashtag #lidlfeedingfeed.

Com a ajuda dos portugueses, foram angariadas um total de 50 mil refeições, de ração Orlando e Coshida, para cerca de 1900 cães e gatos de 500 famílias carenciadas, sinalizadas pela Animalife, de norte a sul do país, procurando desta forma ajudar a combater o abandono animal por falta de recursos.

O Feed de Instagram do Lidl Portugal tornou-se num verdadeiro feed que alimenta, com mais de 1300 publicações de fotos de animais a comer.

---

#### **Lidl Portugal**

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

Press Club: Margarida Borges | T: 21 011 33 20 | E: [margarida@pressclub.pt](mailto:margarida@pressclub.pt)



## COMUNICADO DE IMPRENSA

---

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. As campanhas desenvolvidas até ao momento geraram a entrega de mais de 100 toneladas de ração a associações de todo o país, tendo sido distinguidas pelos Prémios Eficácia, pelos Prémios de Meios Sapo e Prémios Marketing Meios & Publicidade.

### **Sobre o Lidl:**

Há 25 anos em Portugal, o Lidl tem cerca de 7500 colaboradores, distribuídos por mais de 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](mailto:press@lidl.pt)

Press Club: Margarida Borges | T: 21 011 33 20 | E: [margarida@pressclub.pt](mailto:margarida@pressclub.pt)