



2 MILLIÓ FORINTTAL TÁMOGATJA A LIDL A MENHELYI KISÁLLATOKAT

Budapest, 2020.09.15. – **Nagy sikerrel zárult a Lidl Magyarország 6. Telitálka kampánya, melynek eredményeként az áruházlánc vásárlói segítségével összesen 2 millió forint értékű, minőségi állateledellel támogatja a Rex Kutyaotthon Alapítvány lakóit. Az adomány 250 kisállat másfél hónapos ellátását fedezi, amelyet a vállalat már át is adott az alapítványnak. A kampány részét képező, felelős állattartásról szóló kérdőívből pedig az is kiderült, hogy a gazdik 97 százaléka soha, semmilyen körülmények között nem válna meg kedvencétől.**

A Lidl Magyarország felelősségvállalási programjának részeként – a hátrányos helyzetű gyermekek és családtagjaik támogatása mellett - immár 5 éve kiemelten kezeli a nehéz sorsú állatok támogatását. Az idei kampány során a vállalat a nyári fesztiválok helyett egy virtuális, Állati jó fesztiválra invitálta vásárlóit és social média követőit, akik kis kedvenceik legviccesebb fényképeit tölthették fel egy erre a célra létrehozott microsite-ra. A közös szórakozás mellett a csatlakozással hozzájárulhattak ahhoz, hogy minél több élelem jusson a kutyusoknak és cicáknak. A Lidl 5000 feltöltött képet tűzött ki célul, amely rekord sebességgel összegyűlt, így 2.000.000 Ft értékű, több mint 4 tonnányi állateledellel gazdagodhatott a Rex Kutyaotthon Alapítvány. A vállalat ily módon is szeretne volna felhívni a figyelmet a felelős állattartás fontosságára, illetve egy kérdőív segítségével mérte fel azt, hogy hogyan vélekednek a kampányban résztvevők az állattartásról és az örökbefogadásról.

A kitöltött kérdőívekből kiderült, hogy az adományozási akcióban résztvevők döntő többsége fiatal: több mint 41 százalékuk a 26-35 év közötti korosztályból, 29 százalékuk pedig a 16-25 éves korosztályból került ki és legtöbbször városban (nem Budapest és nem megyei jogú város), illetve községben él. A válaszokból az is megtudható, hogy közel harmaduk ingyen hozta el kedvencét a korábbi gazditól, 21 százalékuk hirdetésen, ismerősön keresztül vásárolta, 18 százalékuk hivatalos tenyésztőtől vette, és 16 százalékuk volt az, akik menhelyről fogadtak örökbe.



A válaszadók háromnegyede örökbefogadás esetén a legfontosabb mérlegelési szempontnak az életmódot jelölte meg, vagyis, hogy mennyit tartózkodnak otthon, mennyit időt tudnak a választott társállattal tölteni, sétáltatni, játszani vele. Második legfontosabbnak a megfelelő lakhatási, tartási feltételeket jelölték meg, harmadikként pedig a jövedelmet veszik legtöbbször figyelembe. A rendszeres állatorvosi ellátást a válaszolók több mint 80 százaléka, míg az ivartalanítást 59 százaléka tartotta maximálisan fontosnak. Érdekes még, hogy a gazdik 97 százaléka soha, semmilyen körülmény esetén sem válnak meg kedvencétől.

Dr. Koleszár István a Rex Kutyaotthon Alapítvány igazgatója az adományok átadását követően elmondta: *„Jó érzéssel tölt el bennünket, hogy ilyen sokan segítettek a rászoruló állatokon. Ehhez elengedhetetlen volt a Lidl Magyarország nagyvonalú támogatása.”*

Tózsér Judit, a Lidl Magyarország vállalati kommunikációs vezetője kiemelte: *„A Telitálka kampány társadalmi felelősségvállalási programunk egyik fontos elemévé vált az évek alatt, hiszen valljuk, hogy az állatokról való felelős gondoskodás mindannyiunk kötelessége. Az elmúlt 5 évben a mostanival együtt 11 millió forintnyi eledelt biztosítottunk a kisállatoknak vásárlóinkkal összefogva. Bízunk benne, hogy ezzel a támogatással még több nehéz sorsú kutya és cica kap esélyt az örökbefogadásra, hogy szerető környezetben élhessen.”*

Lidl Magyarországról

Az 1930-as években, Németországban alapított Lidl hazánk egyik legdinamikusabban fejlődő élelmiszerláncja. A Lidl Magyarországon 2004-ben nyitotta meg első logisztikai központját és 12 üzletét, ma pedig már 183 áruházzal van jelen hazánkban, és több mint 7000 munkavállalót foglalkoztat. A vállalat 2004-es magyarországi piacra lépése óta töretlenül fejlődik: nem csak a diszkont szegmensben ért el vezető szerepet, de forgalmát tekintve az élelmiszer kiskereskedelmi láncok között is a legdinamikusabb növekedést tudhatja magáénak.

A vállalat emellett különös figyelmet fordít a magyar beszállítókra, a magyar gazdaság támogatásának és fejlesztésének jegyében, ennek köszönhetően termékeinek közel 60 százalékát magyar beszállítóktól szerzi be.

További Információk:

Lidl Magyarország
Tózsér Judit
Vállalati kommunikációs vezető
Tel: 0036-20-776-0017
E-Mail: sajto@lidl.hu