



MISIUNE LIDL 24/24: COMBATEREA RISIPEI ALIMENTARE

LIDL A SĂRBĂTORIT PRIMA ZI MONDIALĂ ÎMPOTRIVA RISIPEI ALIMENTARE PRINTR-O CAMPANIE MARATON DE 24 DE ORE

Fiind una dintre companiile din România cele mai implicate în lupta împotriva risipei alimentare, Lidl a celebrat Ziua Mondială Împotriva Risipei Alimentare alături de comunitatea sa de peste 2.100.000 de fani de pe Facebook, printr-o campanie educativă, desfășurată pe perioada a 24 de ore. *Conceptul campaniei a plecat de la una dintre filosofii brandului: responsabilitatea începe cu fiecare dintre noi, și și-a propus să le arate fanilor Lidl cum fiecare dintre noi poate face din combaterea risipei alimentare o misiune personală, zi de zi.*

Campania a început pe 28 septembrie, la prânz, și s-a încheiat chiar de Ziua Mondială Împotriva Risipei Alimentare, pe 29 septembrie. În *implementarea* campaniei, conținutul a fost personalizat în funcție de ora din zi și activitățile obișnuite care au loc în mod normal în acel moment, pentru ca oamenii să vadă cum pot aplica, în timp real, informațiile pe care le găseau pe pagina de Facebook Lidl. De exemplu, din cele 89 de milioane de tone de alimente care ajung la gunoi în toată Europa, 5 milioane de tone provin de la noi, românii. O cantitate atât de mare, încât am putea să umplem 127.500 de camioane. Aliniată în coloană, aceste camioane reprezintă distanța de la București până la München. De asemenea, pâinea reprezintă aproximativ 20% din totalul mâncării aruncate zilnic în România. De aceea, sfatul Lidl pentru #fararisipa a fost o rețetă de frigănele cu resturile de pâine pentru micul-dejun, acesta fiind subiectul postării de la ora 8 dimineața, cel mai adesea momentul de consum pentru prima masă a zilei.

Tips & trick-urile publicate pe pagina de Facebook Lidl au fost însoțite și de 24 de vizualuri atractive, care au ilustrat grafic mesajul cheie din fiecare postare, dar și intervalul orar reprezentativ pentru paralela dintre viața zilnică și lupta împotriva risipei alimentare.

Pentru ca mesajele campaniei să ajungă la un număr cât mai mare de utilizatori de social media, comunicarea a fost extinsă dincolo de universul digital Lidl. Astfel, mesajele au fost amplificate în comunități diverse, targetând un public cât mai larg, prin colaborări cu ambasadori ai brandului, precum Chef Florin Dumitrescu, parteneri ca Gabriel Sescu, Fondatorul Băncii pentru Alimente din București și președintele Federației Naționale a Băncilor pentru Alimente din România, Key Opinion Leaders, precum Amalia Enache și Andreea Raicu sau influenceri precum Selly (Andrei Șelaru), Laura Mușuroaea, Alina Sorescu și I Hate Pink (Livi Racoviță).



„Ca toate acțiunile și campaniile noastre, și Misiunea Lidl 24/24 se bazează pe relevanță, plecând de la insight până la ce facem efectiv și cum comunicăm acest lucru. Lucrăm zi de zi activ pentru combaterea risipei alimentare prin măsuri interne la nivel de business (de exemplu, optimizarea stocurilor sau vânzarea accelerată,) și prin parteneriate strategice pe termen lung, precum susținerea Băncilor pentru Alimente încă de la înființarea lor. De aceea, am vrut să marcăm prima Zi Mondială Împotriva Risipei Alimentare declarată de FAO, iar, în absența posibilității activărilor offline, am dezvoltat un concept online de postări maraton pe Facebook, tocmai pentru a sublinia importanța fiecărei acțiuni care sprijină această luptă. Cel mai mult ne-au bucurat sfaturile primite din partea comunității, fanii care ne-au transmis ideile lor în timp real, dar și fotografiile cu măsurile pe care le iau ei la ei acasă pentru a combate risipa alimentară. Am extins comunicarea și în alte comunități, pentru că responsabilitatea începe cu fiecare dintre noi, iar fiecare acțiune contează”, a declarat Cristina Hanganu, Director de Comunicare și CSR Lidl România.

Ideea campaniei a fost dezvoltată de echipa de social media Lidl România, amplificată conceptual, vizual și creativ de agenția de advertising Sunday Morning și comunicată de agenția de PR Golin prin intermediul KOLs și al influencerilor.

Echipa Lidl: Cristina Hanganu (Director de Comunicare și CSR), Maria Mihai (External Communication & Social Media Manager), Ioana Dumitrescu (Social Media Specialist), Cristina Niculiță (Social Media Specialist).

Echipa Sunday Morning: Mariana Cordun (Senior Copywriter), Miruna Anton (Art Director), Alexandra Hreniuc (Creative), Cristina Răchită (Senior Account)

Echipa Golin: Roxana Dibă (Head of Consumer Division), Ruxandra Simion (PR Manager), Bianca Cenușescu (Senior Media Associate), Alexandra Ion (Digital Manager), Cristina Stoiu (Digital Associate).

Pentru mai multe informații, vă rugăm să vizitați:

www.lidl.ro

www.corporate.lidl.ro

[Facebook Lidl Romania](#)

[Instagram @LidlRomania](#)

[Youtube Lidl Romania](#)

[Twitter Lidl Romania](#)