

**DIA**



## Unilever, DIA y Cruz Roja se alían con el objetivo de ayudar con 10.000 comidas a niños y niñas en situación de vulnerabilidad en España debido a la actual situación de la Covid-19

DEL MIÉRCOLES 7 AL MARTES 27 DE ABRIL

**DIA** **TU COMPRA AYUDA**  
#Reto10000

LIGERESA Minoxin skip TRE Sembrá P&B  
✓ Rexona Dove Knorr HELLMANN'S

Ayúdanos a donar **10.000 comidas** para la infancia en situación de dificultad social destinadas al Plan Cruz Roja RESPONDE frente al COVID-19.

Unilever Cruz Roja

*El fabricante de marcas como Knorr y Dove, y la cadena de supermercados DIA, se alían para potenciar la venta con propósito y generar un impacto positivo en la sociedad de la mano de Cruz Roja y su plan Cruz Roja RESPONDE frente a la Covid-19*

*Los consumidores de Unilever podrán participar en la iniciativa "Tu Compra Ayuda #Reto10000"; en supermercados DIA entre el 7 y el 27 de abril para ayudar a la infancia que más lo necesita*

**Madrid, 7 de abril de 2021.** Cerca de 2 millones de niños pasan hambre en España, situación que se ha acentuado en el último año debido a las consecuencias económicas de la pandemia. En este contexto, Unilever, DIA y Cruz Roja impulsan la iniciativa "Tu Compra Ayuda" para repartir 10.000 comidas a niños y niñas en España en situación de vulnerabilidad, a través del Plan Cruz Roja RESPONDE frente a la Covid-19.

Del 7 al 27 de abril, los consumidores de marcas como Knorr, Rexona, Dove, Hellmann's y Mimosín, podrán adquirir sus productos favoritos con descuentos en las 2.800 tiendas DIA a nivel nacional. Por cada producto Unilever que los consumidores incorporen a su cesta de la compra en DIA, ambas compañías contribuirán a la donación de comidas, vía becas comedor, para niños y niñas vulnerables de toda España.

La **directora de Comunicación y Sostenibilidad de Unilever España, Ana Palencia**, subraya *"la importancia de sumar sinergias entre fabricantes, distribuidores y tercer sector debido a la situación sanitaria y económica actual que golpea a muchas familias a diario. Desde Unilever vemos imprescindible que nuestras marcas con propósito den un paso más y promuevan iniciativas solidarias implicando al consumidor con entidades como Cruz Roja"*.

*"En línea con la actividad principal de nuestro negocio, la distribución alimentaria, en DIA nos hemos propuesto trabajar para reducir la brecha alimentaria entre los colectivos más vulnerables. En este contexto, hemos querido activar el programa "Tu Compra ayuda" en los más de 2.800 establecimientos de DIA en España. Esta iniciativa, en la que colaboramos con nuestros socios Unilever y Cruz Roja, tiene como objetivo ofrecer una ayuda directa a las familias más afectadas por la crisis del COVID y visualizar el problema de la pobreza infantil, que afecta a 1 de cada 3 niños en nuestro país"* ha explicado **Santiago Martínez Lage, Director Corporativo de GRUPO DIA**.

Para la **directora de Marca y Comunicación de Cruz Roja, Belén Vilorio**, *"las alianzas son nuestra forma natural de trabajar. Aunamos voluntades, buscamos sinergias y construimos conjuntamente con empresas, organizaciones, administración, ciudadanía, y la sociedad en general, para maximizar nuestro impacto real en la sociedad y generar verdaderos cambios sistémicos, de ahí la importancia de esta nueva alianza en favor de un colectivo tan vulnerable a las consecuencias de la pandemia, como es la infancia"*.

### **La campaña más ambiciosa de Cruz Roja**

La iniciativa solidaria se enmarca dentro del Plan Cruz Roja Responde frente a la Covid-19, una campaña iniciada tras la llegada de la COVID-19 y que ya ha ayudado, protegido y cuidado a más de 3.800.000 personas, de las cuales más del 63% son mujeres, a través de 20 millones de respuestas a la sociedad en un solo año. La iniciativa es la mayor movilización de recursos, capacidades y personas de la historia de Cruz Roja.

Un plan que supone una respuesta integral a la sociedad en todas sus áreas de actuación; emergencias, inclusión social, salud, educación, empleo y medioambiente a través de más de 66.000 personas voluntarias que se han sumado específicamente a este plan, y que en este año 2021 está poniendo el foco en paliar las consecuencias de la actual crisis socioeconómica y laboral.

## **Sobre Unilever**

Unilever es una de las compañías líderes a nivel mundial de alimentación, cuidado del hogar e higiene personal con presencia en más de 190 países y que llega a 2,5 mil millones de consumidores al día. Cuenta con 149.000 empleados y generó ventas de 50.700 millones de euros en 2020. Más de la mitad del impacto de su actividad beneficia a mercados de países emergentes y en vías de desarrollo. Unilever posee más de 400 marcas, presentes en hogares de todo el mundo, incluyendo enseñas icónicas como Dove, Lifebuoy, Knorr y Magnum, así como nuevas marcas entre las que se encuentran Love Beauty & Planet, Seventh Generation y The Vegetarian Butcher.

Nuestro objetivo pasa por ser líderes mundiales en negocios sostenibles y, de esta forma, demostrar cómo nuestro modelo con propósito orientado al futuro conduce hacia un mayor crecimiento. Tenemos una larga tradición corporativa vinculada a la responsabilidad y al progreso, desde los tiempos en los que nuestro fundador, William Lever, lanzó la primera marca con propósito del mundo, Sunlight Soap, hace más de 100 años. Esta sigue siendo hoy en día nuestra forma de trabajar.

Unilever Compass, nuestra estrategia de negocio sostenible, se instaura para ayudarnos a impulsar un crecimiento sostenible y responsable, al mismo tiempo que:

- Mejora la salud del planeta
- Mejora la salud, la confianza y el bienestar de las personas
- Contribuye a un mundo más justo y socialmente inclusivo

Aunque aún queda mucho por hacer, estamos orgullosos de haber sido reconocidos en 2020 como líderes sectoriales en el Índice de Sostenibilidad de Dow Jones y -por décimo año consecutivo- como la empresa líder en la encuesta GlobeScan/SustainAbility Sustainability Leaders de 2020.

Para obtener más información sobre Unilever y sus marcas, por favor visite <http://www.unilever.es>

## **Cada DIA más cerca**

Distribuidora Internacional de Alimentación es una red líder en supermercados de proximidad, con cerca de 6.200 tiendas propias y franquicias en España, Portugal, Brasil y Argentina. Con el compromiso de sus más de 39.000 empleados en todo el mundo y de sus proveedores, principalmente locales, DIA ofrece la mejor oferta y el mejor servicio a sus más de 20 millones de clientes.

La compañía entiende la sostenibilidad como el único camino para asegurar la creación de valor para todos sus grupos de interés y para su marca. La adopción de una actitud de escucha proactiva ante los retos sociales y medioambientales le permite desarrollar, dentro de la organización, capacidades clave para asegurar la competitividad futura.

Dentro de su visión sostenible, DIA se compromete a hacer accesible una alimentación de calidad para todos. Trabaja para facilitar una alimentación de calidad para todas las familias que la eligen, independientemente de su localización o de su presupuesto.

### **Sobre Cruz Roja**

Cruz Roja representa el mayor movimiento humanitario, ciudadano e independiente del mundo que lleva 156 años colaborando con entidades públicas y privadas para que la humanidad y la dignidad llegue a todas las personas en cualquier lugar y en todo momento y circunstancias. Desde el comienzo de la crisis del COVID-19, Cruz Roja está actuando en todos los países del mundo afectados, representando la mayor movilización de recursos, capacidades y personas en su historia en favor de las personas más vulnerables y la población general.

En España, Cruz Roja cuenta con más de 250.000 personas voluntarias y más de 1.400 puntos de atención en todo el territorio, que permiten atender anualmente a más de 4 millones de personas a nivel nacional, de las que más de 1,7 millones son atendidas desde programas sociales, con el apoyo de +1.360.000 socios, empresas y aliados.

Cruz Roja Española pertenece al Movimiento Internacional de la Cruz Roja y de la Medialuna Roja presente en 192 países, actuando siempre bajo sus siete Principios Fundamentales e inalterables: Humanidad, Imparcialidad, Neutralidad, Independencia, Carácter Voluntario, Unidad y Universalidad.

### **PRENSA**

Rebeca Matilla / Leyla Gallego

Teléfono: 609.41.57.21 / 616.02.51.89

Email: [comunicacion@diagroup.com](mailto:comunicacion@diagroup.com)