



Unilever colabora con Dia y ACNUR para ayudar a los refugiados de Turquía y Siria

/ A través de la compra de productos de diversas marcas de Unilever, y la donación directa a través de los códigos QR habilitados en las tiendas Dia, con esta campaña se pretende ayudar a más de 500 familias víctimas de los terremotos en Turquía y Siria

/ Los consumidores podrán participar en esta iniciativa en cualquier tienda Dia entre los días 15 y 28 de febrero

Madrid, 10 de febrero de 2023. Unilever, Dia y la agencia de la ONU para los refugiados, ACNUR, se alían con el objetivo de ayudar a más de 500 familias víctimas de los terremotos de Turquía y Siria.

A través de la compra de distintos productos de la compañía de marcas como Dove, Mimosín, Ben & Jerry's, Hellmann's o Tresemmé, los clientes de las tiendas Dia de cualquier punto de España, podrán colaborar en esta campaña de ayuda a las familias víctimas de los terremotos acontecidos en Turquía y Siria.

Los consumidores estarán colaborando de forma activa con esta campaña que dará inicio el próximo 15 de febrero y se prolongará hasta el día 28, ya que un porcentaje de la compra de dichos productos irá destinado a ayudar a más de 500 familias afectadas por los terremotos que, a través de ACNUR, con material fundamental para su supervivencia.

Asimismo, también se ha habilitado un código QR en las tiendas Dia con el que los consumidores también podrán colaborar con una ayuda monetaria directa de 12€ para ayudar con 6 kits de comida para 6 personas; 20€ para colchonetas, mantas u otros artículos de emergencia para una familia, o 38€, para dar refugio de emergencia a una familia entera.

Con el objetivo de dar a conocer esta iniciativa, Dia ha lanzado una campaña en canales digitales y redes sociales para conseguir movilizar a los clientes en sus más de 2.500 tiendas repartidas por toda España. Unilever, por su parte, también ha activado una campaña a través de sus distintos canales de comunicación, en la que anima a sus clientes a participar en esta campaña y poder prestar el mayor apoyo posible.

Ana Palencia, directora de Comunicación y Sostenibilidad en Unilever España ha destacado la importancia de sumar esfuerzos y buscar sinergias entre fabricantes, distribuidores y organizaciones de refugiados ante situaciones tan extremas y de tanta dificultad como las consecuencias del reciente terremoto: *"desde el primer momento, en Unilever hemos activado todos nuestros recursos para ver qué medidas prácticas podíamos tomar con el fin de ayudar a nuestros compañeros en el terreno así como a todos los afectados. Para ello, es imprescindible poder hacerlo de la mano de nuestros socios como los Supermercados Dia y con la ACNUR que hará posible la efectividad de estas ayudas"*.

"Estar cerca de las personas y apoyar a los que más lo necesitan forma parte del propósito de Dia, más aún ante situaciones tan delicadas como la que se está viviendo en Turquía y Siria. Por ello, nos unimos a esta iniciativa, junto a ACNUR y



*Unilever, para poder ayudar a que las familias afectadas por el terremoto se sientan protegidas y atendidas en estos difíciles momentos” señala **Pilar Hermida, Chief Communication & Sustainability Officer de Grupo Dia (CCO&CSO).***

Por su parte, la ACNUR, que lleva días trabajando sobre el terreno para proporcionar ayuda de emergencia a las familias afectadas por el desastre, también ha señalado la importancia de este tipo de iniciativas, “ya que la suma de todas ellas contribuye a que las ayudas se multipliquen y logren disminuir el fuerte impacto y sufrimiento que están viviendo miles de personas”. También se ha habilitado un site específico en su página web para prestar ayuda directa a través de donaciones.

Sobre Grupo Dia

Cada día más cerca

Somos Grupo Dia, la red líder de tiendas de proximidad con cerca de 6.000 establecimientos en España, Argentina, Brasil y Portugal. Somos la tienda del barrio, la que facilita una experiencia de compra fácil, rápida y completa, cerca de casa y con productos de gran calidad a un precio asequible, tanto a través de nuestras tiendas físicas como de nuestro canal online.

Nuestra primera tienda Dia abrió sus puertas en Madrid en 1979. Hoy, cuatro décadas después, con la proximidad como fortaleza y la diversidad como bandera, las más de 38.500 personas que forman nuestro equipo en tienda, almacén y oficina, y las 18.000 de nuestra red de franquiciados se mueven por un mismo propósito: estar cada día más cerca de las personas para que todos tengamos la calidad que merecemos a nuestro alcance. Juntos, hemos construido una compañía que cotiza en la bolsa de España desde 2011 y que logró una facturación de 7.286 millones en 2022.

Para lograr nuestro propósito, nos apoyamos en una sólida red de proveedores, realizando el 86% de nuestras compras de manera local. Esto nos permite ofrecer a nuestros 45 millones de clientes en el mundo una alimentación accesible y al alcance de todos, con un surtido completo, una clara apuesta por los productos frescos y una marca Dia renovada. Además, trabajamos para generar un impacto positivo allí donde operamos. Gracias a las oportunidades de empleo y autoempleo que fomentamos en cada barrio, generamos más de 151.000 puestos de trabajo directos e indirectos en 2021 y nuestra contribución al PIB de los cuatro países superó los 9.200 millones de euros.

www.dia.es

#CadaDiaMasCerca

Linkedin: [Dia España](#)

Twitter: [@Dia_Esp](#)

Para más información:

Dia España

Ogilvy

Raquel González

Isabel Uría

raquel.gonzalez.rodriquez@diagroup.com

isabel.uria@ogilvy.com

+34 655712890

+34 699 244 750

Sobre Unilever

Unilever es uno de los principales proveedores mundiales de productos de belleza y bienestar, cuidado personal, cuidado del hogar, nutrición y helados, con presencia en más de 190 países y sus productos son utilizados diariamente por 3.400 millones de personas. Cuenta con 148.000 empleados y en 2021 generó unas ventas de 52.400 millones de euros.

Nuestra visión es la de ser el líder mundial en negocios sostenibles y demostrar cómo nuestro modelo de negocio orientado al propósito y adaptado al futuro impulsa un mejor rendimiento. Tenemos una larga tradición vinculada a la responsabilidad y al progreso.

Unilever Compass, nuestra estrategia de negocio sostenible se ha establecido para α obtener un rendimiento superior e impulsar un crecimiento sostenible y responsable, al tiempo que:

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

Para más información sobre Unilever y nuestras marcas, visite www.unilever.com.