

Unilever y Día donan hasta 100 mil helados y productos solidarios este verano



DEL 5 AL 25 DE JULIO

**COMPRA 1,
DONAMOS 1***

TU COMPRA AYUDA.

Por cada producto adquirido de las marcas de Unilever participantes, donaremos un producto a los bancos de alimentos y comedores sociales.

*La donación será máximo de 100.000 helados y productos de Unilever.

/ La compañía líder de gran consumo y Día se alían para potenciar la venta con propósito de la mano de FESBAL y sus 54 Bancos de Alimentos asociados, donando hasta 100 mil productos en una nueva edición de iniciativa solidaria “Tu compra ayuda”.

/ Del 5 al 25 de julio, por cada producto de Unilever comprado en las tiendas Día de toda España, se donará un producto de primera necesidad a los bancos de alimentos y comedores sociales.

/ Bajo su compromiso de “repartir felicidad”, por primera vez, Unilever donará “helados solidarios”.

/ Esta iniciativa tiene como objetivo impulsar también las campañas de donación de alimentos durante el verano y progresivamente desestacionalizarlas, de modo que las acciones solidarias tengan fuerza a lo largo de todo el año.

4 de julio 2023, Las Rozas de Madrid. Unilever y Día unen fuerzas junto a la Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL) para impulsar este verano una nueva edición de la iniciativa 'Tu Compra Ayuda', una acción solidaria con la que donarán hasta 100 mil productos para familias en situación de vulnerabilidad. Entre el 5 y el 25 de julio, por cada producto adquirido de marcas de Unilever como Rexona, Dove o Knorr en las cerca de 2.600 tiendas Día de España, se donarán productos a Bancos de Alimentos y comedores sociales. Además, por primera vez Frigo, la reconocida marca de helados de Unilever, también participará en la donación de helados.

De esta manera, la compañía de gran consumo busca, además de proporcionar los alimentos de primera necesidad, ofrecer helados, productos considerados de consumo puntual. **Ana Palencia, directora de Comunicación y Sostenibilidad de Unilever España** ha subrayado que *“nuestro propósito se basa en cuidar de las personas desde lo más fundamental y básico, los productos de consumo del hogar, tanto de nutrición como de higiene personal. Creemos que, como compañía líder de gran consumo, tenemos la responsabilidad de fomentar estas iniciativas solidarias. Además, este año ofrecemos helados que mientras que para muchos es un producto habitual en verano, para otros es un lujo que pocas veces pueden disfrutar”*.

Por su parte, **Pilar Hermida, Chief Communication & Sustainability Officer de Grupo Dia** ha remarcado que *“en Dia tenemos un firme propósito: estar cada día más cerca de las personas y ofrecer una alimentación de calidad al alcance de todos. Nuestro compromiso con la cercanía y la accesibilidad están presentes en nuestro día a día, en nuestras tiendas, en cada uno de nuestros proyectos. Para seguir reforzando este propósito, nos sumamos un año más a Unilever y FESBAL en esta iniciativa solidaria, para continuar apoyando a los colectivos más vulnerables y acercando productos de primera necesidad a quienes más lo necesitan”*.

Desestacionalizar las campañas de recogida

En este contexto de inflación, el precio de la cesta de la compra se ha incrementado en un 25% en dos años. Además, los abastecimientos de la prolífica campaña de Navidad quedan reducidos tras unos meses. Las operaciones kilo de verano coinciden con el cierre de los comedores de colegios y hogares de pensionistas. Por ello, aunque las campañas de donación de alimentos de navidad tienen mucho éxito y son muy necesarias, Unilever, Dia y Fesbal quieren potenciar también las campañas de verano, hasta progresivamente llegar a desestacionalizarlas, de modo que las acciones solidarias tengan fuerza a lo largo de todo el año.

Uno de los objetivos marcados es desestacionalizar las campañas de recogida de alimentos. *“España es uno de los países europeos que dona más cantidades. En 2022 el Banco de Alimentos de Madrid, entre otros, superó las donaciones de 3 millones de kg. Pero se precisa que estas acciones no se trasladen únicamente a momentos puntuales del año, sino movilizar y animar a toda la población a donar, por ejemplo, cada fin de semana, en la medida de lo posible. Toda ayuda cuenta y por ello agradecemos desde la Federación Española de Bancos de Alimentos y sus 54 Bancos de Alimentos asociados, a Unilever y DIA por sumarse otro año más a esta causa”*, apunta **FESBAL**.

Acerca de 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 cuyos productos son utilizados diariamente por más de 3.400 millones de personas. Cuenta con un equipo formado por más de 148.000 profesionales y en 2022 generó unas ventas de 60.100 millones de euros.

Su visión se centra en ser líderes en negocios sostenibles y demostrar cómo su modelo de negocio, orientado al propósito y adaptado al futuro, impulsa un mejor rendimiento. Su larga tradición y trayectoria unida a la responsabilidad y al progreso, lo avala.

Unilever Compass es el nombre de la estrategia corporativa que se ha marcado la compañía con el objetivo de obtener un rendimiento superior e impulsar un crecimiento sostenible y responsable, al mismo tiempo que:

- se mejora la salud del planeta;
- se mejora la salud, la confianza y el bienestar de las personas;
- y se contribuye a un mundo más justo y socialmente inclusivo.



Cada día
más cerca



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

Sobre Grupo Dia

Cada día más cerca

Somos Grupo Dia, la red líder de tiendas de proximidad con cerca de 5.700 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 33.400 personas que forman nuestro equipo en tienda, almacén y oficina, y las 19.500 de nuestra red de franquiciados se mueven por un mismo propósito: estar cada día más cerca para ofrecer gran calidad al alcance de todos. 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 96% de nuestras compras de manera local. Esto nos permite ofrecer a nuestros más de 14 millones de clientes fidelizados 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

Raquel González

raquel.gonzalez.rodriquez@diagroup.com

+34 655712890

Ogilvy

Isabel Uría

isabel.uria@ogilvy.com

+34 699 24 47 50



@Dia_Esp



Dia España



www.dia.es