



COMUNICADO DE IMPRENSA

Sintra, 7 de janeiro de 2021

333 MIL EUROS PARA “MAIS AJUDA” A PROJETOS DE INOVAÇÃO SOCIAL DE APOIO AOS IDOSOS

Na sua segunda edição, o ‘Programa Mais Ajuda’ tem 333 mil euros para promover um envelhecimento digno e feliz em Portugal. As candidaturas já abriram e podem concorrer projetos de apoio aos idosos, com respostas inovadoras aos desafios desta população.

É sabido que a esperança média de vida global tem vindo a aumentar, e que Portugal não é exceção, tendo um dos índices de envelhecimento mais altos da EU – segundo previsões do Eurostat, em 2050 seremos o país mais envelhecido da Europa, em que mais de um terço da população serão idosos. Numa sociedade cada vez mais envelhecida, urge encontrar novas respostas para esta faixa da população, enfrentando os seus desafios atuais, nomeadamente o isolamento, a solidão e o distanciamento físico (e da tecnologia), que foram agravados com a pandemia. Na sua 2ª edição, o ‘Programa Mais Ajuda’, o programa de inovação social que junta o Lidl e as rádios Renascença, RFM e Mega Hits, em parceria com a Beta-i, quer promover o envelhecimento digno e feliz e as candidaturas estão já abertas, decorrendo até ao dia 28 de fevereiro através do site www.maisajuda.pt.

Com a ajuda de todos os portugueses que neste Natal escolheram comprar artigos Deluxe, uma marca exclusiva do Lidl, este Programa tem 333 mil euros para apoiar projetos inovadores que contribuam para que os idosos se mantenham ativos, participantes e integrados na sociedade onde vivem. O ‘Programa Mais Ajuda’ visa não só procurar novas respostas ao desafio do envelhecimento feliz, como desafiar o terceiro setor a desenvolver e aprofundar boas práticas, aproximando duas realidades distintas – IPSSs – Instituições Particulares de Solidariedade Social (ou equiparadas) e Startups (ou empresas de empreendedorismo social) que tenham em comum projetos/ serviços de apoio a idosos. Serão beneficiados na sua avaliação, os projetos com capacidade de geração de emprego, igualmente importante nos dias que correm.

Lidl Portugal

Departamento de Comunicação: T: 219 102 277 | E: press@lidl.pt

Cunha Vaz & Associados: Sofia Duff Burnay/Joana Nunes | T: 210 120 600 | E: sb@cunhavaz.com/jn@cunhavaz.com



COMUNICADO DE IMPRENSA

De todos os projetos candidatos, serão selecionados 10 vencedores, – 5 projetos de IPSSs e 5 projetos de Startups, recebendo cada um deles o valor de 33.300 euros para implementação da sua proposta. A equipa de júri responsável por esta seleção é composta por Filipe Almeida, presidente da iniciativa Portugal Inovação Social, Isabel Figueiredo, adjunta do presidente do Grupo Renascença Multimédia, Luís de Melo Jerónimo, diretor Social Cohesion Programme da Fundação Calouste Gulbenkian, Pedro Rocha Vieira, CEO e Co-fundador da Beta-i e Vanessa Romeu, diretora de Comunicação Corporativa do Lidl Portugal.

Complementando o apoio monetário, as Startups e IPSSs selecionadas terão acesso ao programa de aceleração do Mais Ajuda, onde, ao longo de seis semanas, terão acesso a sessões de mentoria com especialistas em gestão, tendo igualmente acesso a ferramentas de apoio no desenvolvimento dos seus projetos ou implementação de novas ideias. Esta capacitação do terceiro setor é algo em que o Lidl tem vindo a apostar nos últimos anos, pois acredita que esta é crítica para aumentar o impacto das IPSS, tornando-as mais sustentáveis.

Para além do valor atribuído e da mentoria, os projetos vencedores terão igualmente acesso a uma vertente de comunicação nos vários canais das rádios Renascença, RFM e Mega Hits, parceiros do 'Mais Ajuda', de forma a darem a conhecer o seu trabalho.

De acordo com Vanessa Romeu, “Neste Natal, e dada as necessidades sociais prementes vividas e em muito aceleradas pela pandemia, decidimos alargar o nosso período de contribuição, permitindo desta forma contribuir com mais verba para apoiar uma das franjas da nossa sociedade mais fragilizada pela Covid 19 – os idosos, entregando um valor bastante significativo a projetos de inovação social. Estamos confiantes que ao promovermos a inovação ao serviço da população idosa, estamos a contribuir para uma sociedade mais equilibrada e inclusiva e para um envelhecimento mais feliz.”

Para Isabel Figueiredo, Adjunta do Presidente do Grupo Renascença, “A generosidade e a atenção ao próximo são uma marca portuguesa, tão comprovada neste tempo que vivemos. E a segunda edição do “Programa Mais Ajuda” veio tornar ainda mais evidente este traço da nossa identidade, enchendo-nos de esperança para o futuro. Vamos ajudar mais e melhor quem já tanto deu ao nosso país e à história de cada família portuguesa: os nossos avós, os nossos idosos. Vamos dar asas à capacidade

Lidl Portugal

Departamento de Comunicação: T: 219 102 277 | E: press@lidl.pt

Cunha Vaz & Associados: Sofia Duff Burnay/Joana Nunes | T: 210 120 600 | E: sb@cunhavaz.com/jn@cunhavaz.com



COMUNICADO DE IMPRENSA

criativa e inovadora de tantos e tantas portuguesas que nos mostram que é sempre possível fazer mais e melhor. O futuro constrói-se agora”.

Segundo Pedro Rocha Vieira, Co-fundador e CEO da Beta-i, *“o somatório da visão do Lidl, a expertise da Beta-i e o envolvimento do Grupo Renascença ganha novo significado com a contribuição da comunidade portuguesa, que novamente é parte da união de forças que faz o projeto Mais Ajuda acontecer. A Beta-i tem orgulho em partilhar os seus dez anos de conhecimento em projetos de inovação com as Startups e IPSSs que serão selecionadas para a segunda edição do programa - especialmente quando o foco desta edição está num grupo social essencial para Portugal, junto ao qual a inovação pode cumprir um papel decisivo para uma melhor qualidade de vida”.*

A primeira edição do ‘Programa Mais Ajuda’, foi de comprovado sucesso, tendo reunido mais de 700 candidaturas de projetos de inovação social, envolvendo os portugueses, que contribuíram para serem entregues 150 000€ a três IPSSs e três Startups. Os vencedores destacaram-se pelo seu impacto e abrangência nacional, assim como pelas suas respostas diferenciadoras a diversos problemas sociais, nomeadamente: uma ferramenta digital, em contexto terapêutico da fala, que permite rastreios precoces (Projeto Happies, da Pixelability); uma plataforma que junta migrantes e refugiados e apoia a aprendizagem de línguas (Speak); programas educativos para crianças permitindo que desenvolvam competência tecnológicas e intangíveis (The Inventors); a garantia da continuidade do processo educativo de crianças e jovens com cancro (Projeto Aprender Mais, da Acreditar); uma rede de proteção de crianças com base nas ligações dos seus telemóveis (Projeto Miúdos e Graúdos, da Associação Portuguesa de Crianças Desaparecidas) e um programa que promove as competências socio-educativas da população escolar das zonas rurais e isoladas (Projeto Mutualista com as Crianças, da Associação Mutualista Covilhanense).

Sobre o Lidl:

Há 25 anos em Portugal, o Lidl tem cerca de 7500 colaboradores, distribuídos por 260 lojas, de norte a sul do país, e quatro direções regionais e entrepostos, para além da sede: Famalicão (Norte), Torres Novas (Oeste), Sintra (Centro) e Palmela (Sul). Segundo um Estudo de Impacto realizado pela consultora independente KPMG, em 2018, o Lidl Portugal contribuiu com 2.120 milhões de euros a nível de geração de riqueza, representando 1% do PIB nacional.

Lidl Portugal

Departamento de Comunicação: T: 219 102 277 | E: press@lidl.pt

Cunha Vaz & Associados: Sofia Duff Burnay/Joana Nunes | T: 210 120 600 | E: sb@cunhavaz.com/jn@cunhavaz.com



COMUNICADO DE IMPRENSA

O Lidl, empresa de retalho pertencente ao grupo alemão Schwarz, é um dos líderes de mercado a nível europeu. Tem representação em 32 países e conta com cerca de 11.200 lojas e mais de 200 centros de distribuição em 29 países.

O Lidl aposta no fornecimento produtos de máxima qualidade ao melhor preço. A simplicidade e a orientação de processos determinam as operações diárias nas lojas, centros de distribuição regionais e serviços. A sede do Lidl, localizada na cidade alemã de Neckarsulm, é responsável pela conceção e estrutura de todos os processos standardizados.

O Lidl conta atualmente com mais de 310.000 colaboradores em todo o mundo. O dinamismo no trabalho do quotidiano, a força como um resultado e o respeito mútuo com colaboradores e parceiros caracterizam o trabalho da empresa em todos os países onde está presente.

No quotidiano, a empresa assume a responsabilidade pelas pessoas, sociedade e ambiente. Para o Lidl a sustentabilidade é cumprir a sua promessa de qualidade, todos os dias. Assim, foca-se onde as suas próprias ações têm efeitos reais e por isso centra-se em cinco áreas de atuação: Sortido, Colaboradores, Ambiente, Parceiros de Negócios e Sociedade.

De acordo com a LZ Retailytics, o Grupo Schwarz é o maior retalhista alimentar da Europa, tendo gerado vendas superiores a 113 mil milhões de euros no ano fiscal de 2019.

Lidl Portugal

Departamento de Comunicação: T: 219 102 277 | E: press@lidl.pt

Cunha Vaz & Associados: Sofia Duff Burnay/Joana Nunes | T: 210 120 600 | E: sb@cunhavaz.com/jn@cunhavaz.com