



COMUNICADO DE IMPRENSA

Sintra, 19 de abril de 2022

LIDL ENTREGA 361.000 EUROS A 10 PROJETOS QUE PROCURAM COMBATER DESIGUALDADES SOCIAIS

Já são conhecidos os 10 vencedores da 3ª edição do Programa ‘Mais Ajuda’, do Lidl, que através da Educação e Formação, irão melhorar as condições sociais da população, promovendo a igualdade de oportunidades e a participação ativa de todos.

Já são conhecidos os grandes vencedores do ‘Mais Ajuda’, o programa promotor de inovação social do Lidl, que junta as rádios RENASCENÇA, RFM e MEGA HITS, em parceria com a consultora de inovação Beta-i. Nesta sua 3ª edição, pretendeu-se destacar a Educação e Formação como elementos-chave para a diminuição de assimetrias sociais, num contexto particularmente complicado, onde a taxa de risco de pobreza ou exclusão social tende a aumentar. O anúncio dos vencedores realizou-se esta manhã no Pavilhão do Conhecimento, em Lisboa.

No leque dos dez vencedores, que se evidenciaram entre as cerca de 600 candidaturas recebidas, estão projetos diferenciadores de cinco IPSS e de cinco Startups, cujo objetivo é promover a igualdade de oportunidades e a integração social através de programas educativos dirigidos, por exemplo a refugiados e migrantes, ex-prisioneiros, vítimas de violência doméstica e *bullying*, pessoas com deficiência e ou/necessidades especiais, de todas as faixas etárias.

Os vencedores são:

Startups: 1) Ekui - ‘VERD’EKUI’; 2) MyPolis; 3) No Bully Portugal; 4) Social Innovation Sports – ‘WSC Jobs’; 5) Teach for Portugal.

IPSS: 1) Academia TEN; 2) ‘Academia Reshape’ - Associação de Proteção e Apoio ao Condenado; 3) ‘Capacitar Mais’ - Associação Portuguesa de Apoio à Vítima; 4) ‘Contigo, Há Descoberta’ - Associação Socio Terapêutica de Almeida; 5) CASTIIS – ‘Escola Social’.

Graças à ajuda de todos os portugueses, que no Natal passado optaram por comprar produtos Deluxe nas lojas Lidl, cada um destes vencedores receberá 36.100 euros. Para além do apoio monetário, têm

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

ainda acesso a um programa de capacitação colaborativo - que contempla sessões de mentoria com especialistas em gestão da consultora Beta-i – bem como a oportunidade de dar a conhecer o seu trabalho através dos vários canais das rádios do Grupo Renascença Multimédia.

Os projetos foram selecionados segundo rigorosos critérios de avaliação relacionados com o impacto social do projeto, o seu potencial de crescimento, a maturidade e complementaridade da equipa, o grau de inovação do projeto e a sua viabilidade e sustentabilidade no tempo. O painel de júris a quem coube a escolha dos vencedores foi composto por: Diogo Teixeira (CEO da Beta-i em Portugal); Elena Aldana (Diretora de Assuntos Públicos e Comunicação Corporativa do Lidl Portugal); Filipe Almeida (Presidente da Estrutura Portugal Inovação Social); Isabel Figueiredo (Adjunta do Presidente do Conselho de Gerência do Grupo Renascença Multimédia) e Luís de Melo Jerónimo (Diretor dos Programas Gulbenkian Coesão e Integração Social e Gulbenkian Sustentabilidade da Fundação Calouste Gulbenkianz).

De acordo com Elena Aldana, Diretora de Assuntos Públicos e Comunicação Corporativa do Lidl Portugal, *“Esta foi mais uma edição em que o ‘Mais Ajuda’ recebeu candidaturas de elevada qualidade, com projetos verdadeiramente inspiradores, pelo que a escolha dos vencedores não foi fácil. É um privilégio podermos contribuir para que estes projetos cresçam e façam a diferença na nossa sociedade, ajudando a combater a pobreza e as assimetrias sociais em Portugal, através de uma ferramenta tão poderosa como a Educação”*.

Para Isabel Figueiredo, Adjunta do Presidente do Grupo Renascença Multimédia, *“O “Mais Ajuda” tem sido ao longo destes três anos, a confirmação da criatividade e generosidade dos portugueses. De Norte a Sul, do interior ao litoral, a diversidade de talentos que temos conhecido, assim como o total alcançado em donativos, só nos pode tornar cada vez mais gratos por podermos fazer parte deste projeto, abraçado desde a primeira hora. É também de relevar todo o trabalho de acompanhamento dos projetos vencedores, que este ano, centrados no desafio da Educação, nos colocam num patamar decisivo na vida de todos nós. Concluimos assim, com alegria e esperança, que o “Mais Ajuda” é uma realidade concreta e mensurável, capaz de fazer a diferença neste tempo em que vivemos”*.

Segundo Diogo Teixeira, CEO da Beta-i em Portugal, *“a educação é a área fundamental para o desenvolvimento sustentado de qualquer sociedade. Sem educação não há cidadania. Como tal, tanto os projetos vencedores, como todas soluções que se candidataram ao programa, enchem-nos de*

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

esperança e certeza em relação ao progresso que Portugal está a fazer na área da educação e na promoção de igualdade. Conseguimos de facto ter projetos e soluções muito interessantes que cobrem todo o espectro da população portuguesa - crianças, jovens e idosos. Neste sentido, estamos ansiosos para a próxima fase do programa que consistirá em contribuir, através da capacitação, para o desenvolvimento e crescimento de todos os projetos".

O Programa 'Mais Ajuda' tem vindo a desafiar Instituições Particulares de Solidariedade Social e Startups a desenvolverem projetos inovadores, capazes de responder aos atuais problemas sociais de forma impactante e diferenciadora. Nas suas três edições, já entregou um total de 844.000 euros a 26 projetos de inovação social – num primeiro ano projetos dirigidos a Crianças (150.000 euros), no segundo ano a Idosos (333.000 euros), e agora a projetos de Educação (361.000 euros), transversais a qualquer faixa etária.

Conheça os projetos vencedores:

IPSS:

Academia TEN (Lisboa)

Problema social / desafio: Jovens que acreditam que a inteligência é "fixa" e que o esforço não leva ao crescimento, sobretudo alunos de contextos desfavorecidos.

Solução: Promoção de integração e *mindset* de crescimento que visa melhorar relações afetivas, organização, espaços e rotinas.

Impacto social: Cerca de 600 crianças e jovens de diferentes contextos socioeconómicos, dando também oportunidades aos mais vulneráveis e potenciando a quebra de estereótipos.

Associação de Proteção e Apoio ao Condenado - 'Academia Reshape' (Lisboa)

Problema social / desafio: Probabilidade de reincidência prisional, devido à falta de trabalho e de formação para pessoas que estão ou estiveram presas.

Solução: A Academia Reshape prepara para a adaptação à liberdade e ingresso no mercado de trabalho, integrando os beneficiários numa rede de apoio (ex.: formação e apoio social jurídico).

Impacto social: 69 beneficiários no total.

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

Associação Portuguesa de Apoio à Vítima - 'Capacitar Mais' (Lisboa)

Problema social / desafio: As mulheres vítimas de violência doméstica têm maior risco de segregação social e de exclusão profissional, dificultando a sua condição económica.

Solução: Projeto que visa capacitar mulheres vítimas de violência, dotando-as de formações, workshops e oficinas, reintegrando-as profissionalmente para aumentar a sua autonomia.

Impacto social: Abrangerá 90 mulheres vítimas de violência doméstica e de tráfico de seres humanos.

Associação Socio Terapêutica de Almeida - 'Contigo, Há Descoberta' (Guarda)

Problema social / desafio: Inclusão social de pessoas com deficiência no interior do país, onde o despovoamento do território e a baixa empregabilidade são acentuados.

Solução: Projeto que visa oferecer uma experiência turística diferenciadora conduzida por pessoas com deficiência, promovendo a sua integração na comunidade.

Impacto social: 43 beneficiários com oportunidades de emprego assegurado.

CASTIIS - 'Escola Social' (Aveiro)

Problema social / desafio: Integração social de migrantes e refugiados e de pessoas da comunidade envolvente do projeto, em situação de exclusão social.

Solução: Escola Social com rede de voluntariado intergeracional, que visa implementar respostas de apoio especializado para desenvolver competências para a empregabilidade.

Impacto social: 20 voluntários, 8 entidades locais e apoio a cerca de 60 pessoas em risco de exclusão social (ex.: refugiados).

Startups:

Ekui - 'VERD'EKUI' (Bragança)

Problema social / desafio: Crianças que têm dificuldades em ler, escrever ou comunicar, especialmente aquelas com algum tipo de deficiência ou incapacidade.

Solução: Projeto "Aprender a ensinar, ensinar para aprender" que visa capacitar, em formato multissensorial e inclusivo, para a aprendizagem da leitura e escrita de crianças.

Impacto social: Pretende atingir 10 000 crianças, 5 000 famílias, 7 500 professores e 1 000 terapeutas (com alfabetização gráfica, braille, língua gestual portuguesa e alfabeto fonético).

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

MyPolis (Lisboa)

Problema social / desafio: Falta de representatividade do Governo e escassez de interesse na política sentidos pelos jovens entre os 15 e os 24 anos.

Solução: Aplicação web (MyPolis) que permite aos jovens participar nas decisões da sua cidade e exercer a sua cidadania de forma direta, simples e divertida.

Impacto social: Resolver problemas das comunidades jovens, com mais de 2 000 propostas e 20 000 votos na plataforma, e 100 iniciativas de cidadania em 14 territórios.

No Bully Portugal (Lisboa)

Problema social / desafio: Exclusão social associada ao bullying e à discriminação entre crianças e jovens que aumenta a probabilidade do abandono escolar precoce.

Solução: Desenvolver procedimentos eficazes na prevenção e no combate ao bullying, através de um método baseado na empatia que capacita as escolas para a resolução dos mesmos.

Impacto social: A associação já trabalhou com cerca de 4 000 beneficiários diretos, e estimam chegar diretamente a mais 3 000 beneficiários (1 680 crianças e jovens e 1 320 adultos).

Social Innovation Sports – ‘WSC Jobs’ (Lisboa)

Problema social / desafio: Falta de mão de obra em determinadas profissões, desemprego nas populações migrantes e refugiados e o seu elevado risco de exclusão social.

Solução: Lançar a 1ª Agência de Recrutamento focada no Emprego Inclusivo que oferece a vantagem do acompanhamento individual, garantido mais flexibilidade e menos burocracia.

Impacto social: Por ano, têm cerca de 150 beneficiários.

Teach for Portugal (Porto)

Problema social / desafio: Desigualdade de oportunidades educativas em Portugal, que não permitem que todas as crianças possam atingir o seu potencial.

Solução: Recrutar talento profissional de qualquer área de estudo (mentores) para trabalhar durante 2 anos nas escolas que servem as comunidades mais desfavorecidas do país.

Impacto social: Acompanha 4 000 alunos, 33 escolas públicas e 42 mentores, sendo que com este apoio têm como objetivo chegar a cerca de 540 alunos e 6 mentores.

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

Sobre o Lidl:

Há 27 anos em Portugal, o Lidl tem mais de 8200 colaboradores, distribuídos por 269 lojas, de norte a sul do país, e 04 direções regionais e entrepostos, para além da sede: Santo Tirso (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; em 2022, ganhou a certificação Top Employer, atribuída pelo Top Employers Institute.

Empresa de retalho, pertencente ao grupo alemão Schwarz, é um dos líderes de mercado a nível europeu: conta com cerca de 11.550 lojas e mais de 200 centros de distribuição e entrepostos em 31 países, apostando na disponibilização de produtos de máxima qualidade ao melhor preço e pautando-se pela simplicidade e a orientação de processos determinam suas as operações diárias nas lojas, centros de distribuição regionais e serviços. A sua sede, localizada na cidade alemã de Neckarsulm, é responsável pela conceção e estrutura de todos os processos standardizados.

A nível internacional, o Lidl conta com mais de 341.000 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, centrando-se em cinco áreas de atuação: Sortido, Colaboradores, Ambiente, Parceiros de Negócios e Sociedade.

O Grupo Schwarz, que opera mundialmente enquanto retalhista alimentar, gerou uma faturação de 125,3 mil milhões de euros no ano fiscal de 2020.

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