



„Back to school” la Lidl România: fiecare produs pentru școală achiziționat susține educația copiilor din comunități vulnerabile

În perioada 10–30 august 2026, Lidl România îi ajută pe clienți să pregătească începutul noului an școlar cu o gamă variată de produse de calitate, de la ghiozdane și penare, până la caiete, agende și creioane, toate la un preț accesibil. Prin campania „Back to school”, retailerul oferă clienților oportunitatea de a susține educația copiilor din comunități vulnerabile, fapt pentru care donează câte 1 leu către Teach for Romania pentru fiecare produs pentru școală achiziționat din magazine.

Anul acesta, Lidl România marchează 10 ani de parteneriat cu Teach for Romania, perioadă în care a investit aproximativ **19.250.000 lei** în susținerea programelor care au contribuit la reducerea inechităților din educație prin recrutarea, formarea și sprijinirea a peste 3.500 de profesori și alumni care au predat în unele dintre cele mai vulnerabile comunități din România. Mai mult, mulțumită acestor programe, circa 68.500 de copii din peste 385 de școli aflate în 30 de județe ale țării au avut acces la o educație de calitate.

Nevoia acestei intervenții rămâne actuală și în ziua de astăzi. Cel mai recent raport OCDE¹ privind sistemul educațional din România arată că asigurarea unui acces echitabil la educație de calitate, indiferent de mediul din care provin elevii, rămâne una dintre cele mai importante provocări ale învățământului public. Raportul subliniază, de asemenea, că investiția în profesori și în dezvoltarea școlilor este una dintre cele mai eficiente modalități de a oferi tuturor copiilor șanse reale de reușită.

Tocmai de aceea, prin campania „Back to school”, Lidl România continuă să susțină, pentru al zecelea an consecutiv, programele Teach for Romania, ale căror rezultate se văd atât în progresul copiilor implicați în programe, cât și în relația lor cu școala și profesorii:

- **Literație:** 90% dintre copiii de grădiniță și 99% dintre cei din clasa pregătitoare au înregistrat progrese semnificative în dezvoltarea competențelor de citit-scris; 8 din 10 elevi de gimnaziu care întâmpinau dificultăți majore de citire și înțelegere au ajuns să citească și să înțeleagă texte la un nivel funcțional, iar 89% dintre ei au atins la evaluarea finală cel puțin un nivel minim funcțional.

¹ [Education and Skills in Romania](#), pp. 13, 18.



- **Numerație:** 68,4% dintre elevii din ciclul primar au înregistrat progrese semnificative în competențele de numerație, dezvoltându-și gândirea aplicată, capacitatea de a lua decizii logice și abilitățile necesare pentru meseriile viitorului.
- **Educație socio-emoțională:** 90% dintre elevii de grădiniță au înregistrat progrese în ceea ce privește abilitățile socio-emoționale, iar peste 89% dintre elevii din clasele mici spun că sunt tratați cu respect atunci când cer ajutor sau pun întrebări. Totodată, mai mult de 85% dintre elevii din ciclul primar se simt sprijiniți emoțional.

În următoarea perioadă, programele Teach for Romania susținute de Lidl România urmăresc consolidarea prezenței în Transilvania, prin activări în orașe precum Cluj, Sibiu și Timișoara, extinderea programului în sudul României, cu obiectivul de a ajunge la acoperire națională, precum și intensificarea comunicării cu generația tânără (Gen Z și Gen Alpha) pentru a-i motiva să aleagă o carieră cu sens.

Teach for Romania este o organizație non-guvernamentală, parte din rețeaua globală Teach for All, care caută și pregătește oameni valoroși, cu sau fără experiență anterioară de predare, pentru a deveni profesori în învățământul de stat, pentru copiii din medii vulnerabile. În acest mod, organizația oferă acces echitabil la o educație de calitate, iar profesorii pregătiți de Teach for Romania pot deveni agenți ai schimbării în educație pe termen lung.

Despre Lidl

Lidl, parte a grupului Schwarz, cu sediul central în Neckarsulm, este una dintre companiile de top de pe piața de retail alimentară din Germania și Europa. Lidl operează în prezent în jur de 12.900 de magazine și peste 230 de centre logistice în 31 de țări.

La Lidl, punem preț pe un raport optim calitate-preț pentru clienții noștri. Simplitatea și orientarea către procese definesc activitățile zilnice din magazine, din centrele logistice regionale și din sediul central.

În activitatea sa de zi cu zi, Lidl își asumă responsabilitatea față de oameni, societate și mediu. Pentru Lidl, sustenabilitatea înseamnă respectarea promisiunii de calitate, din nou, în fiecare zi.

În prezent, Lidl are peste 395.000 de angajați, dintre care peste 14.000 în România, unde retailer-ul german are deschise peste 400 de magazine și 6 centre logistice.

Pentru mai multe informații, vă rugăm să vizitați:

www.lidl.ro

www.corporate.lidl.ro

www.surprise.lidl.ro

[Facebook Lidl Romania](#)

[Instagram @LidlRomania](#)

[Youtube Lidl Romania](#)

[TikTok @LidlRomania](#)

[LinkedIn@LidlRomania](#)