



COMUNICAT DE PRESĂ

Pentru că doar patru din cinci copii termină clasa a VIII-a și doar șapte din zece termină liceul sau școala profesională,

Împreună cu clienții săi, Lidl contribuie la reducerea riscului de abandon școlar și investește 800.000 lei în programul derulat de UNICEF

Împreună cu clienții săi, Lidl continuă să susțină inițiativele din domeniul educației. Astfel, compania investește 800.000 lei în programul implementat de UNICEF în România, care va ajuta peste 1000 de elevi din comunități vulnerabile să își continue studiile, iar ulterior să aibă acces la oportunități de dezvoltare profesională și la locuri de muncă. Suma a fost strânsă prin intermediul campaniei desfășurate în magazinele Lidl, în perioada 11 noiembrie – 15 decembrie 2019 - pentru fiecare jucărie achiziționată de clienți din magazinele sale, Lidl a donat 1 leu către UNICEF.

Conform datelor UNICEF, doar patru din cinci copii termină clasa a VIII-a și doar șapte din zece termină liceul sau școala profesională. Un an în plus de școală crește veniturile cu 8-9% și reduce riscul de a deveni șomer cu 8%. Pentru a contribui la un viitor mai bun pentru tinerii din România, Lidl sprijină programul prin care UNICEF identifică, pregătește și consiliază elevii din comunitățile vulnerabile, reducând astfel riscul de abandon școlar, înregistrat încă din ciclul de învățământ obligatoriu. În paralel, programul sprijină cadrele didactice în dezvoltarea competențelor necesare și consilierea părinților ca să își susțină mai departe copiii să își continue studiile liceale.





Cu ajutorul sumei donate de Lidl, anul acesta, în jur de 1000 de copii din zonele rurale din județul Bacău, dintre care 150 sunt identificați ca fiind în risc de abandon școlar, vor fi susținuți pentru a-și continua studiile. În același timp, 120 de profesori vor beneficia de formare pentru a-și dezvolta și îmbunătăți competențele în ceea ce privește promovarea educației de calitate și 200 de părinți vor participa la sesiuni de educație parentală, pentru a-și putea sprijini mai bine copiii în ceea ce privește performanțele școlare.

„Educația reprezintă temelia unei societăți sănătoase. De aceea, este și una dintre direcțiile noastre de investiții sociale, prin care ne propunem să contribuim la o îmbunătățire reală în domeniul educației în România. Le mulțumim clienților noștri că s-au implicat alături de noi de-a lungul anilor în aceste inițiative și ne bucurăm că putem astfel să sprijinim cu consecvență programe de impact, precum cel desfășurat de UNICEF”, a spus Cristina Hanganu, Director de Comunicare și CSR Lidl România.

Parteneriatul dintre Lidl și UNICEF a început în 2017 iar, până acum, alături de clienții săi, Lidl a sprijinit organizația cu peste 2.300.000 lei. Suma a contribuit la creșterea numărului de elevi care merg la școală, reducând astfel rata absenteismului. De asemenea, elevii din școlile susținute au beneficiat de o educație de calitate.

Despre UNICEF în România

UNICEF este prezent în România și în alte 190 de țări și teritorii pentru a promova supraviețuirea și dezvoltarea copiilor din perioada copilăriei mici până la adolescență. În România, UNICEF lucrează împreună cu Guvernul, Parlamentul, autorități locale, societatea civilă, sectorul privat, parteneri naționali și internaționali și cu mass media pentru a asigura accesul tuturor copiilor la educație timpurie de calitate și la școală, pentru protejarea adolescenților și monitorizarea drepturilor copilului, pentru protecție socială și pentru mobilizarea de resurse în beneficiul copiilor. UNICEF este susținut financiar integral prin contribuțiile voluntare ale persoanelor fizice, corporațiilor, fundațiilor și a guvernelor.

Despre Lidl





Lidl, parte a grupului Schwarz, cu sediul central în Neckarsulm, este una dintre companiile de top de pe piața de retail alimentar din Europa. Lidl este prezent în 30 de țări din întreaga lume și în prezent operează în jur de 10.500 de magazine și mai mult de 150 de centre în 28 de țări la nivel mondial.

Lidl este o companie care acționează sustenabil în toate domeniile de activitate. Aceasta este metoda companiei de a-și îndeplini promisiunea cu privire la calitate și, în același timp, de a asigura un viitor mai bun pentru societate și mediu. Compania se implică activ în soluționarea nevoilor din comunitățile din care face parte, concentrându-se pe 5 piloni de activitate: sortimentul de produse, mediul, societatea, angajații și partenerii de afaceri.

www.lidl.ro

www.surprize.lidl.ro

[Facebook Lidl Romania](#)

[Instagram @LidlRomania](#)

[Twitter Lidl Romania](#)

<https://www.unicef.ro/>

