**Амбициозни младежи от Смолян облагородяват градската среда и насърчават активното гражданско участие**

*Проектът е реализиран с финансиране от програмата „Ти и Lidl за по-добър живот“, чието пето издание стартира през месец май*

**19.04.2022 г., София** През май стартира петото издание на най-голямата социално отговорна инициатива на Лидл България - „Ти и Lidl за по-добър живот“. В периода от 13 май до 10 юни компанията ще отделя по 3 ст. от всеки касов бон, а събраният фонд ще се използва за подкрепа на обществено значими проекти, които помагат на хората в различните региони от страната да водят по-качествен и пълноценен начин на живот.

„Стрийт арт и плейсмейкинг срещу вандализма“ на сдружение „Млади изследователи за младежко развитие“ в град Смолян е един от примерите за успешен проект от предходното издание на инициативата. Той насочва вниманието на гражданите към проблема с вандалските прояви и показва как поддържането на градските пространства може да бъде осъществено по креативен начин. Младите хора от Сдружението решават да се заемат с облагородяването на пейки и трафопостове, а най-много усилия влагат в почистването на единствения подлез в града и превръщането му в притегателен център за артистични събития, изложби и обучителни дейности.

Съоръжението се намира на най-оживеното кръстовище в гр. Смолян, но поради неприветливия му вид, години наред остава неизползваемо. За да провокират хората да го ползват по предназначение и за да интегрират младите граждани в района, активните младежи решават да се възползват от силата на неформалната градска култура, а именно цветните графити. Заедно с група млади доброволци, почистват подлеза и помещенията към него, след което го превръщат в цветна галерия с помощта на художника Цветан Узунов от Пловдив. Творбите са вдъхновени от природата, фолклора и културата в региона, като по този начин вдъхват самочувствие и усещане за идентичност на местната общност.

Младежите превръщат подлеза в „свое“ пространство за събития и своеобразна галерия за млади художници. Досега там са се провели 4 обучения за плейсмейкинг като начин за устойчиво развитие и въвличане на общността, работилница „Как да компостираме неизползваната част от храната“, както и няколко обучения и ателиета за рисуване, фотография с младежи и деца от местната общност.

Инициаторите на проекта активно организират и срещи на екологични теми, като насърчаване на здравословния начин на живот, екология и природознание, рационална употреба на ресурси, практикуване на спорт като превенция на агресията и зависимостите. В младежкото пространство е обособена и библиотека за четене на здравна тематика.

 „*Нашата амбиция е не само да постигнем конвенционални намеси в съответната градска среда, но с образователно-социални дейности да ангажираме маргинализирани младежи от област Смолян, в която вандалските прояви от страна на младото поколение зачестиха значително в последните години. Проектът в духа на неформалното образование и ученето чрез правене, утвърждава положителната, интегрална роля, която имат новите средства за самоизразяване и комуникация, в процеса на формиране на нагласи и гражданска позиция. По този начин се насърчава творческата иновативност и креативност на доброволците ни, а също и активното им участие в обществото*“, споделя председателят на сдружението Валентин Кехайов.

„Стрийт арт и плейсмейкинг срещу вандализма“ е сред 23-те одобрени проекта, които Лидл България финансира през 2021 година по програмата „Ти и Lidl за по-добър живот“ с общ фонд от 170 000 лв. Компанията реализира инициативата в партньорство с Фондация „Работилница за граждански инициативи“ и Български дарителски форум. Целта е да се допринесе хората в различните региони от страната да водят по-качествен и пълноценен начин на живот. За четирите си издания от 2017 г. насам Лидл България подкрепи с общ фонд от 715 000 лв. общо 96 проекта в цялата страна в три области: образование, култура и историческо наследство, и околна среда.

***За Лидл България***

*Lidl е най-голямата верига магазини за хранителни стоки в Европа, част e от немската Schwarz Group и присъства в 31 държави. В България Lidl стартира своята дейност през 2010 г. Днес компанията има 111 магазина в 50 града и над 3700 служители. Предимствата на специфичния бизнес модел, широката гама продукти с оптимално съотношение качество-цена и въвеждането на редица иновативни практики и модели наложиха Lidl в България като смарт дискаунтър, предлагащ високо качество на добра цена, и компания, която подхожда честно, отговорно, с мисъл и грижа за своите клиенти, служители, партньори, както и за околната среда.*