

A MGM viabilizou a distribuição de cabazes da Loja Social em Abril, com um patrocínio de 300 mil patacas

Com o patrocínio da MGM China Holdings, os cabazes de Abril da Loja Social da Santa Casa da Misericórdia de Macau (SCMM) foram distribuídos ao longo de três dias a mais de 360 famílias carenciadas a fim de cumprir as regras de segurança sanitária impostas pela pandemia, e facultar o apoio a quem mais precisa.

A MGM China, que concedeu o patrocínio de 300 mil patacas pelo nono ano consecutivo a este projecto de solidariedade social da SCMM, enviou a sua equipa de voluntários para apoiar a distribuição, entre os dias 7 e 9. As mascotes da operadora de jogo animaram o recinto da Loja Social, anexo ao Centro de Reabilitação de Cegos da Santa Casa, enquanto os sacos com bens essenciais chegavam às famílias carenciadas, com um brinde extra da empresa, um carrinho de compras.

Kenneth Xiaofeng Feng, presidente da MGM, entregou o cheque do patrocínio ao Provedor António José de Freitas, numa cerimónia em que também estiveram presentes Wendy Yu e Irene Wong, vice-presidentes dos Recursos

Loja Social recebe apoio da MGM pelo nono ano consecutivo



FOTO SCM

Humanos e das Relações Públicas e Comunitárias da MGM, respectivamente, bem como a presidente da Direcção da União Geral das Associações de Moradores, Ng Sio Lai, e o

vice-presidente da Direcção da Federação das Associações dos Operários, Sam Iat Kong, as duas entidades que colaboram desde o início com a Irmandade neste projecto.