**LIDL PRODUBLJUJE POSVEĆENOST ŽENSKOM FUDBALU NASTAVKOM PARTNERSTVA SA UEFA-OM DO 2030. GODINE**

**Kompanija Lidl, jedan od vodećih prehrambenih trgovinskih lanaca u Nemačkoj i Evropi, produžava uspešnu saradnju sa UEFA-om, nastavljajući svoje putovanje kroz UEFA Women’s National Team partnerstvo do 2030. godine. Nakon izuzetnog uspeha koji je kompanija ostvarila kao zvanični partner** **UEFA Women's EURO 2025, a koji je dosegao više od 400 miliona navijača širom sveta, Lidl je sada partner i turnira UEFA Women's EURO 2029, kvalifikacija Women's European Qualifiers 2028/29, te UEFA Women's Nations League 2025, 2027. i 2029, čime produbljuje svoju posvećenost promovisanju zdravlja, podizanju svesti o bezbednosti i poštovanju ličnih granica kroz Awarenness timove i osnaživanju kroz sport.**

**Produžetak Lidlove posvećenosti ženskom fudbalu: 2025-2030.**

Produženo UEFA partnerstvo u ženskom fudbalu obuhvata sledeće turnire:

* UEFA Women's EURO 2029.
* Women's European Qualifiers 2028/29.
* UEFA Women's Nations League 2025, 2027. i 2029.

Značajno je i da će se nezaboravno Lidl Kids Team iskustvo vratiti na UEFA Women's EURO 2029, stvarajući jedinstvenu životnu priliku da deca, ruku pod ruku, isprate na teren zvezde ženskog fudbala, inspirišući tako sledeću generaciju sportista i navijača.

**Nadogradnja izvanrednog uspeha**

Temelj za ovo produženo partnerstvo postavljen je izvanrednim turnirima tokom poslednje dve godine. Ove godine, UEFA Women's EURO 2025 nastavio je da nadograđuje taj uspeh, a Lidl je bio prisutan u svih osam gradova i stadiona domaćina. Turnir je ugostio više od 650.000 navijača na stadionima i dosegao više od 400 miliona gledalaca širom sveta. Kroz aktivacije brenda, Lidl je podelio 269.950 porcija voća u fan zonama i ispred stadiona, promovišući zdrav život. Ponosno smo predstavili i Lidl Awareness Team – 57 zaposlenih Lidla koji su se pobrinuli da se svaki navijač oseća sigurno i poštovano, oličavajući vrednosti pripadnosti i različitosti.

Centralni deo aktivnosti Lidla tokom UEFA Women’s EURO 2025 bila je posvećenost inspirisanju devojaka i mladih žena. Trgovinski lanac je organizovao međunarodni Lidl Youth Camp u Bazelu, koji je okupio 100 devojaka uzrasta od 14 do 17 godina iz 18 zemalja, nudeći stručno treniranje, radionice o ishrani i prilike za stvaranje trajnih prijateljstava. Pored toga, Lidl’s Fresh Field u gradu Rapersvil-Jona u Švajcarskoj uzgojio je i donirao više od 12 tona svežeg voća i povrća onima kojima je pomoć potrebna, demonstrirajući Lidlovu posvećenost osvešćenoj ishrani i uticaju na zajednicu.

**Podrška ravnopravnosti u sportu**

Ovo partnerstvo predstavlja Lidlovu posvećenost stvaranju jednakog entuzijazma i podrške za ženski fudbal. Pružajući isti nivo vidljivosti, aktivacije i angažovanja navijača kao i za muške turnire, Lidl pomaže da se osigura da ženski sport dobije strastvenu podršku koju zaslužuje.

“*Ovo partnerstvo savršeno oslikava naše vrednosti - učinak, zajedništvo i osnaživanje. Ženski fudbal zaslužuje istu strastvenu podršku kao i muški, a kroz naše aktivacije , od 'Lidl Kids Team-a' do inicijativa za zdravu ishranu, ponosni smo što aktivno preuzimamo važnu ulogu u stvaranju te jednakosti. Zato smo posvećeni tome da budemo inspiracija za zdrav život i osnaživanje zajednica – kako na terenu, tako i izvan njega*”, kaže Ana Dragutinović Ghumashyan, izvršna direktorka direkcije Potrošač kompanije Lidl Srbija.

**O Lidlu**

Kompanija Lidl, kao deo nemačke Švarc grupe (Schwarz Gruppe), jedan je od vodećih prehrambenih trgovinskih lanaca u Nemačkoj i Evropi. Sa oko 12.600 prodavnica i više od 230 distributivnih i logističkih centara u 31 zemlji, broji ukupno više od 382.400 zaposlenih širom sveta. Jednostavnost i usmerenost na procese određuju svakodnevne aktivnosti u prodavnicama, regionalnim distributivnim centrima i nacionalnoj centrali Lidla. Istovremeno, Lidl kroz svoje aktivnosti preuzima odgovornost za ljude, društvo i planetu. Za Lidl, održivost znači svaki dan iznova ispunjavati svoje obećanje o kvalitetu. Učinak, poštovanje, poverenje, čvrsto na zemlji i pripadnost Lidlove su korporativne vrednosti koje su srce korporativne kulture i oblikuju svakodnevno poslovanje čineći osnovu uspeha. Kompanija Lidl je u 2024. fiskalnoj godini ostvarila prodaju od 132,1 milijarde evra, vrednujući najbolji odnos cene i kvaliteta za svoje potrošače, dok su ostale kompanije u sastavu Švarc grupe zabeležile ukupni prihod od 175,4 milijarde evra u istom periodu.

Lidl je u Srbiji svoje prve prodavnice otvorio u oktobru 2018. godine i trenutno ima 81 prodavnicu u 47 gradova širom zemlje. Ima dugoročne planove sa ciljem da potrošačima širom Srbije ponudi jedinstveno iskustvo kupovine i najbolji odnos cene i kvaliteta, po čemu je prepoznat u svetu. Na osnovu sertifikovanja od strane Top Employers Institute za najboljeg poslodavca, Lidl je nosilac sertifikata „Top Employer Serbia“ petu godinu zaredom i „Top Employer Europe” osmu godinu zaredom. Dodatno, u nezavisnim istraživanjima, potrošači u Srbiji su Lidl odabrali kao „Izabranu prodavnicu godine“, pečat koji dodeljuje organizacija „Izabran proizvod godine“, dok je na osnovu reprezentativnog uzorka Lidl u sklopu kampanje „Najbolje u Srbiji“ proglašen za „Miljenika potrošača“.

**Kontakt za medije:**

Dragana Milačak, RED Communication, Email: [dragana.milacak@redc.rs](mailto:dragana.milacak@redc.rs) , Mob: +381 64 875 2671

Teodora Filipović, RED Communication, Email: [teodora.filipovic@redc.rs](mailto:teodora.filipovic@redc.rs), Mob: +381 62 109 7896

[press@lidl.rs](mailto:press@lidl.rs)

[www.lidl.rs](https://www.lidl.rs/)

[Media centar LINK](https://www.lidl.rs/sr/Press-883.htm)

[Instagram Lidl Srbija](https://www.instagram.com/lidlsrbija/)