**LIDL PROMOVIŠE ZDRAVIJU I ODRŽIVU ISHRANU KAO ZVANIČNI PARTNER ZA SVEŽINU EVROPSKOG PRVENSTVA U RUKOMETU 2026**

**Lidl sa ponosom najavljuje svoje partnerstvo sa EHF EURO 2026, i podršku Evropskom rukometnom prvenstvu za muškarce, koje se održava od 15. januara do 1. februara 2026. godine u Danskoj, Švedskoj i Norveškoj. Nadmetanje 24 zemlje za titulu prvaka Evrope u rukometu nova je prekretnica u Lidlovoj misiji da podrži sport, kao i održive prehrambene izbore.**

Kao jedan od vodećih evropskih trgovinskih lanaca, Lidl razume svoju odgovornost u promociji zdravlja kod svojih potrošača, zaposlenih i zajednica u kojima posluje, a kako su ishrana i fizička aktivnost osnovni stubovi zdravog načina života Lidlov rastući portfolio sportskih partnerstava idealna je platforma za isticanje ove veze.

Lidlovi napori u edukaciji i potrošača i promociji osvešćene ishrane utemeljeni su u međunarodnoj strategiji društvene odgovornosti kompanije, koja osim što usklađuje svoj asortiman proizvoda sa principima Planetarno zdrave ishrane (Planetary Health Diet) i dodatno proširuje izbor proizvoda na bazi biljaka. Ove akcije podržavaju Lidlovu posvećenost postizanju nulte neto emisije (Net-Zero) do 2050. godine, što je cilj kome kompanije teži kroz svoje ambiciozne klimatske ciljeve u celom lancu snadbevanja.

"*Naše partnerstvo sa muškim EHF EURO 2026 lep je prikaz onoga što nas definiše kao #teamlidl. Bilo na terenu ili na radnom mestu, posvećeni smo stvaranju iskustava koja inspirišu ljude da ostanu aktivni, hrane se zdravije i osećaju se kao deo nečeg većeg. Zato zajedno sa našim zaposlenima, saradnicima ali i društvom, preduzimamo važne korake ka zdravijem i održivom načinu života*", kaže **Dragan Čigoja**, generalni direktor kompanije Lidl Srbija.

Ključni deo Lidlovog programa na EHF EURO 2026 biće inicijativa *Lidl kids team*, koji je već istaknuti element fudbalskih sponzorstava uključujući UEFA Ligu konferencija™ i UEFA EURO 2024™. Lidl kids team će sada terenu i igri približiti mlade ljubitelje rukometa uzrasta između 13 i 14 godina. Deca koja budu deo *Lidl Kids Team*-a imaće priliku da prošetaju terenom sa profesionalnim igračima i uživaju zdravoj Lidlovoj ponudi hrane na dane utakmica.

Kompanija Lidl će dodatno biti domaćin **Lidl Youth Camp** programa tokom turnira, nadovezujući se na uspešan model uspostavljen na UEFA Evropskom prvenstvu za žene 2025™. Kamp će kombinovati sport, učenje i praktična iskustva osmišljena da motivišu mlade da ostanu aktivni i istraže ulogu koju zdrava hrana i sport imaju u svakodnevnom životu. Ovom cilju će svoj doprinos dati i rukometne legende Uve Genshajmer, Nikola Karabatić, Jesper Nedesbo i Ljubomir Vranješ, pružajući učesnicima jedinstvenu priliku da upoznaju svoje sportske heroje i uzore.

*„Nakon potpisivanjem prvog ugovora o sponzorstvu za muško EHF EURO 2018, sada se već osvrćemo na nekoliko godina uspešne saradnje između Lidla i Evropske rukometne federacije (EFH). To ističe snagu Evropskog prvenstva kao moćne platforme za naše sponzore i partnere. Lidlova posvećenost nam pomaže da uzbuđenje našeg sporta prenesemo navijačima i porodicama širom Evrope. Sa inicijativama kao što su „Lidl kids team“ i „Lidl Youth Camp“, Lidl igra važnu ulogu u inspirisanju sledeće generacije igrača i navijača.“*, rekao je **Martin Hausleitner**, generalni sekretar EHF-a.

Svojim partnerstvom na muškom EHF Evropskom prvenstvu 2026, Lidl nastavlja da širi svoju posvećenost pristupačnom sportu, osvešćenoj ishrani i održivosti — osnažujući ljude svih uzrasta da vode zdraviji i aktivniji život.

**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 83 prodavnice u 48 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“ šestu godinu zaredom.

**Kontakt za medije:**

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

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

[Media centar LINK](https://kompanija.lidl.rs/press-centar)

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