**SAVRŠEN SPOJ: CRIVIT I ŠTEFANI GRAF POKREĆU MEĐUNARODNO PARTNERSTVO POD SLOGANOM „FIND YOUR MOVE“**

Nekadašnja vrhunska teniserka, Štefani Graf, i sportski brend CRIVIT na impresivan način najavljuju početak svog partnerstva u okviru međunarodne kampanje, u više od 30 zemalja. Pod sloganom „Find your move“, duh CRIVIT-a oživljava kroz bogat asortiman proizvoda. Prvu fazu saradnje prati „360 stepeni“ kampanja i raznovrstan miks marketinških aktivnosti i kanala komunikacije.

Ono što povezuje CRIVIT i Štefani Graf jeste uverenje da se aktivan stil života ne gradi pritiskom na rezultate, već kroz radost življenja, otvorenost i rasterećenje. CRIVIT se zalaže za autentičan pristup vežbanju, koji podstiče ljude da osluškuju sopstveno telo, razvijaju rutine i doživljavaju fizičku aktivnost kao sastavni i pozitivan deo svakodnevnog života.

Štefani Graf ovu filozofiju donosi iz ličnog iskustva. Nakon izuzetne karijere u sportu, sa osvojena 22 Grend slem turnira, 377 nedelja na vrhu svetske teniske rang-liste i kao jedina osoba na svetu koja je osvojila „Zlatni slem“, njen pogled na sport se promenio: od poređenja i vrhunskih rezultata ka holističkom blagostanju tela, uma i duha. Ravnoteža, rasterećenje i unutrašnja motivacija danas su u prvom planu, što je čini autentičnim i pristupačnim brend partnerom za CRIVIT u različitim sportskim disciplinama.

„Kretanje za mene ne znači samo vežbanje ili rezultate, već predstavlja važan deo ispunjenog i radosnog života koji želim da približim što većem broju ljudi. Saradnja sa CRIVIT-om, Lidlom i Schwarz grupom mi je posebno značajna, jer delimo isto uverenje da fizička aktivnost treba da bude dostupna svima. Zahvaljujući širokom i pažljivo osmišljenom asortimanu, CRIVIT nudi visok kvalitet uz odličan odnos cene i kvaliteta, omogućavajući svima da lako isprobaju različite sportove i iz prve ruke dožive koliko energije, zadovoljstva i dobrobiti može doneti aktivan i zdrav način života“, izjavila je Štefani Graf.

Sa brendom CRIVIT, Lidl još jednom sledi inkluzivan pristup. Sa visokokvalitetnim, ali cenovno atraktivnim asortimanom, brend je namenjen ljudima svih uzrasta i nivoa fizičke aktivnosti i nudi sportsku opremu i odeću za različite sportove. U aktuelnoj kampanji CRIVIT stavlja fokus na kampovanje i boravak u prirodi, biciklizam, fitnes, trčanje, rekreativne i timske sportove, sa ciljem da motiviše ljude da isprobavaju nove aktivnosti i pronađu oblik vežbanja koji im najviše odgovara.

„Naša misija sa brendom CRIVIT direktno oslikava srž Lidlove strategije: želimo da kvalitetna sportska oprema, odeća i obuća budu dostupni svima u Srbiji. Partnerstvo sa sportskom legendom poput Štefani Graf dodatni je vetar u leđa našoj nameri da sport postane deo svakodnevice što većeg broja ljudi. Tu smo, u Lidl prodavnici, u komšiluku naših potrošača, spremni da ih podstaknemo na prvi korak ka aktivnijoj rutini, uz pregršt korisnih saveta i kreativnih rešenja za svakodnevno vežbanje“, izjavila je Ana Dragutinović Ghumashyan, Chief Customer Officer kompanije Lidl Srbija.

Sveobuhvatna međunarodna kampanja za CRIVIT biće lansirana 14. februara, a više informacija o brendu CRIVIT dostupno je na zvaničnom veb-sajtu [www.crivit.com](http://www.crivit.com).

**O brendu CRIVIT:**  
  
CRIVIT, koji je dostupan u Lidl prodavnicama, nudi jedinstven asortiman sportske odeće i opreme za različite aktivnosti i sportove. Bilo da je reč o fitnesu, biciklizmu, kampovanju i boravku u prirodi, trčanju, rekreativnim i timskim sportovima, zimskim ili vodenim sportovima, CRIVIT pruža sve za aktivan stil života, uz najbolji odnos cene i kvaliteta. Kao partner koji motiviše ljude na kretanje, CRIVIT stavlja fokus na individualno blagostanje i inspiriše svakoga da bude aktivan na svoj način.

**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 84 prodavnice u 49 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.

**Kontakt za medije:**

Tamara Ivankovic, Represent Communications, Email: [tamara.ivankovic@represent.rs](mailto:tamara.ivankovic@represent.rs); Mob: +381 63 384 047  
Đorđe Odavić, Represent Communications, Email: [djordje.odavic@represent.rs](mailto:djordje.odavic@represent.rs); Mob: +381 62 154 21 58  
Tijana Đorđević, Represent, Email: [tijana.djordjevic@represent.rs](mailto:tijana.djordjevic@represent.rs); Mob: +381 64 94 88 833  
Jasmina Stakić, Represent, Email: [jasmina.stakic@represent.rs](mailto:jasmina.stakic@represent.rs); Mob: +381 69 2980 839

[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/)