**LIDL POSTAO ZVANIČNI PARTNER UEFA LIGE EVROPE ™ I UEFA LIGE KONFERENCIJA ™**

• Kompanija Lidl nadograđuje svoje partnerske odnose u fudbalu i postaje zvanični partner dva UEFA takmičenja: UEFA Lige Evrope™ i UEFA Lige Konferencija™ do sezone 2026/27, fokusirajući se na sveže voće i promovisanje osvešćene ishrane.

• Kroz partnerstvo, Lidl će omogućiti da 12.364 dece širom Evrope bude deo ove manifestacije, sa svojim omiljenim fudbalerima, kroz Lidl Kids Team jedinstvenu aktivaciju.

• Partnerstvo se zasniva na uspešnoj UEFA EURO 2024™ saradnji, u kojoj je Lidl bio broj 1 najvidljiviji brend partner tokom turnira, prema studiji koju je sproveo YouGov.

Lidl, jedan od vodećih trgovinskih lanaca prehrambenih proizvoda u Nemačkoj i Evropi, sa zadovoljstvom najavljuje svoje najnovije partnerstvo u fudbalu kao zvanični partner UEFA Lige Evrope™ i UEFA Lige Konferencija™ u trajanju od tri godine, od 2024. do 2027.

Sport je važan deo Lidlove dugoročne posvećenosti zdravlju i zdravoj ishrani. Kao trgovinski lanac, Lidl je svestan toga koliko je ishrana važna za zdravlje svakog pojedinca, a takođe prepoznaje i značaj koji sport i sportske aktivnosti imaju kada posmatramo zdrav život. Kako su UEFA fudbalska takmičenja među najpopularnijim sportskim događajima na svetu, kompanija Lidl želi da motiviše što veći broj potrošača da se pokrenu i budu aktivni kroz ovo novo fudbalsko partnerstvo. Lidl će nastaviti da inspiriše sve ljubitelje sporta i fudbala – uključujući i buduće ljubitelje – pod sloganom „Igramo za vaš tim“, kao Zvanični partner svežeg voća za oba fudbalska takmičenja. Kompanija će podržati ljubitelje takmičenja na svim poljima tokom njihovog navijačkog puta, od TV reklama do postavki na stadionima i komercijalnih prikaza, promovišući aktivan i zdrav način života. Od toga što omogućava da zdrava i sveža hrana bude svima lako dostupna po povoljnim cenama, do prilike da približi ljubiteljima fudbala najveće fudbalske turnire u Evropi – Lidl igra za njihov tim.

**Lidl Kids Team širom Evrope**

Kroz novo partnerstvo, Lidl će svoj jedinstveni Lidl Kids Team odvesti u 30 evropskih Lidl zemalja. Lidl Kids Team je ekskluzivni program koji je uspostavljen kroz partnerstvo sa UEFA Ligom Evrope i UEFA Ligom Konferencija, u okviru koje će 12.364 dece uzrasta od 6-10 godina imati jedinstvenu priliku da budu deo jedne od utakmica sa svojim idolima. Kompanija Lidl će nastaviti da motiviše svoje kupce i zaposlene da budu fizički aktivniji i vode zdraviji život, pružajući im priliku da osvoje besplatne karte za utakmice UEFA Lige Evrope i UEFA Lige Konferencija i time otvarajući svima priliku da iskuse fudbal i sport na vrhunskom nivou.

Omogućenim nezaboravnim iskustvom, kao što je to jedinstvena prilika da budu deo Lidl Kids Team-a, Lidl će doprineti tome da se veliki broj dece širom Evrope odluči da vodi aktivniji i zdraviji život. Zdrav način života i osvešćena ishrana, usvojeni rano u detinjstvu, smanjuju rizik od bolesti povezanih sa ishranom u odraslom dobu. Zato Lidl ostaje fokusiran na promociju zdravlja ka deci, a jedan od dodatnih primera kako to radi jesu specijalizovane smernice za marketing ka deci kompanije Lidl: [Naša Odgovornost, Lidl Srbija. CSR, društveno odgovorno poslovanje. - Lidl Srbija](https://kompanija.lidl.rs/odrzivost-u-lidlu).

**Lidl je bio najvidljiviji brend na UEFA EURO 2024**

Kroz uspešno partnerstvo sa UEFA EURO 2024 TM, na kom je Lidl bio najvidljiviji brend tokom turnira, Lidl je postigao broj od više od 16 miliona učesnika, odnosno korisnika Lidl Plus aplikacije. Takođe, kompanija je ovom prilikom i podelila voće ljubiteljima fudbala na tribinama, u ukupnom iznosu od čak 91 tone. Prema YouGov[[1]](#footnote-1) istraživanju, Lidl je bio najvidljiviji brend partner tokom turnira, pri čemu je više od polovine (58%) gledalaca UEFA EURO 2024 prepoznalo kompaniju Lidl kao partnera turnira pre nego bilo koje druge partnerske kompanije i brendove - što predstavlja povećanje od 32% u odnosu na prepoznavanje pomenutog partnerstva pre početka tog takmičenja. Istovrenemo, ovaj podatak ukazuje i na najveći porast u vidljivosti među svim partnerima UEFA EURO 2024 tokom samog takmičenja.

**Marija Kojčić, ispred Korporativnih komunikacija u Lidl Srbija, izjavila je:** *„U Lidlu se zalažemo za zdrav stil života kroz naše svakodnevno poslovanje. Prepoznajemo značaj edukacije i promovisanja sveže hrane, kao i u obezbeđivanju njene dostupnosti po povoljnim cenama. Mi smo prilagodili marketing prema deci, kako bismo im pomogli da razumeju i cene zdrav način života od malih nogu. Kroz moć sporta, odnosno u ovom slučaju fudbala, imamo priliku da inspirišemo mnoge da budu aktivni i da ostvarimo naše ambicije za zdraviji život ljudi*“.

„*Radujemo se što ćemo nadograditi naše uspešno partnerstvo sa kompanijom Lidl, koje smo imali tokom UEFA EURO 2024 ovog leta, dok ih dočekujemo kao zvaničnog globalnog sponzora UEFA Lige Evrope i UEFA Lige Konferencija. Lidl je jedan od vodećih trgovinskih lanaca prehrambenih proizvoda u Evropi, sa značajnom međunarodnom prisutnošću, tako da smo uzbuđeni što ćemo zajedno raditi na tome da približimo dinamiku i osećaj koji evropski fudbal donosi još većem broju ljubitelja sporta. Zajedno se radujemo stvaranju pozitivnog društvenog uticaja kroz moć fudbala*“, izjavio je **Guy-Laurent Epstein, direktor marketinga UEFA.**

**O Lidlu**

Kompanija Lidl, kao deo nemačke Švarc grupe (Schwarz Gruppe), predstavlja jednog od vodećih prehrambenih trgovinskih lanaca u Nemačkoj i Evropi. Posluje u 32 zemlje širom sveta, sa oko 12.200 prodavnica, kao i više od 220 logističkih centara i skladišta u 31 zemlji sveta.

Lidl je u Srbiji svoje prve prodavnice otvorio u oktobru 2018. godine i trenutno ima 72 prodavnice u 41 gradu širom zemlje. Imamo dugoročne planove sa ciljem da potrošačima širom Srbije ponudimo jedinstveno iskustvo kupovine i najbolji odnos cene i kvaliteta, po čemu smo prepoznati u svetu. Na osnovu sertifikovanja od strane Top Employers Institute za najboljeg poslodavca, Lidl je nosilac sertifikata „Top Employer Serbia“ i „Top Employer Europe” već četvrtu 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“.

**O UEFA**

UEFA je upravno telo evropskog fudbala i neprofitna organizacija koja podržava i osigurava da najpopularniji sport na svetu nastavlja da napreduje na svim nivoima u okviru svojih 55 članova udruženja. Organizacija se obavezuje da UEFA ulaže 97% svog prihoda u aktivnosti vezane za fudbal, projekte i inicijative koje obezbeđuju kontinuirani razvoj muške i ženske stručne igra kao i u omladinski, osnovni fudbal i futsal.

**Kontakt za medije:**

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

Teodora Ivanović, RED Communication, Email: [teodora.ivanovic@redc.rs](mailto:teodora.ivanovic@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/)

1. YouGov Research quoted by SportBusiness - Euro 2024 sponsorship pays dividends for Lidl | SportBusiness – *last accessed, 09/08/2024* [↑](#footnote-ref-1)