



A LIDL LESZ AZ UEFA EURÓPA-LIGA ÉS AZ UEFA KONFERENCIA LIGA HIVATALOS PARTNERE

Budapest, 2024.09.04. – A Lidl tovább bővíti labdarúgó partnerségi portfólióját és a 2026/27-es szezon végéig két UEFA klubverseny, az UEFA Európa-liga és az UEFA Konferencia Liga hivatalos támogató partnere lesz, lehetőséget teremtve ezzel az egészséges életmód, valamint a zöldség- és gyümölcsfogyasztás fontosságának hangsúlyozására. Az együttműködés keretében a vállalat Európa-szerte, köztük Magyarországon is folytatja egyedülálló Lidl Kids Team programját, ezzel több mint 12 ezer gyermek számára biztosítva, hogy a mérkőzéseken játékoskísérőként vehessenek részt. A most bejelentett partnerség az UEFA EURO 2024 sikeres együttműködésének hozománya, a YouGov tanulmánya szerint ugyanis a Lidl volt a nyárlabdarúgó torna legláthatóbb márkapartner.

Az egészséges életmód és az egészséges táplálkozás népszerűsítésével párhuzamosan a profi és az amatőr sport támogatása is a Lidl hosszútávú elkötelezettségének fontos része. Európa egyik vezető élelmiszer-kiskereskedelmi lánc így örömmel jelenti be, hogy három évig az UEFA Európa-liga és az UEFA Konferencia Liga hivatalos támogató partnere lesz.

A vállalat számára kiemelten fontos a fogyasztók egészségének és kiegyensúlyozott táplálkozásának érdekében az egészséges élelmiszerek biztosítása. Ugyanakkor tisztában van azzal, hogy az egészséges életmód alapja a mindennapi mozgás és a sport. Mivel az UEFA nagy labdarúgóversenyei a világ legnépszerűbb sporteseményei közé tartoznak, a Lidl az új labdarúgó partnerség révén minél több fogyasztót szeretne a mozgásra ösztönözni. A Lidl célja újabb sporttámogatói partnerségével továbbra is az, hogy a „We’re on your team” szlogen zászlaja alatt – hivatalos friss zöldség- és gyümölcsbeszállító partnerként – mozgásra és az egészséges életmódra inspirálja a szurkolókat. A Lidl így a TV-reklámoktól kezdve a stadionokban elhelyezett plakátokon át egészen a kereskedelmi megjelenésekig az aktív életmódot népszerűsíti majd. A vállalat ugyanakkor gondoskodik arról is, hogy az embereket közelebb hozza az UEFA égisze alá tartozó két eseményhez, valamint arról, hogy az egészséges és friss élelmiszerek a lehető legjobb árakon, mindenki számára elérhetőek legyenek.

Lidl Kids Team egész Európában

A bejelentett együttműködés révén 30 európai országban, köztük hazánkban is folytatódik a vállalat nagy sikerű Lidl Kids Team programja. Az exkluzív kezdeményezés keretében a 2026/27-es szezonig 12.364, 6-10 éves kor közötti gyermek részesülhet abban az életreszóló élményben, hogy hivatalos játékoskísérővé váljon valamelyik nemzetközi futballmérkőzésen.

Ezzel párhuzamosan a Lidl a továbbiakban is lehetőséget biztosít alkalmazottai és a vásárlói számára is, hogy jegyeket nyerjenek a mérkőzésekre, így hozva közelebb mindenkit az UEFA Európa-liga és az UEFA Konferencia Liga felejthetetlen élményéhez. A Lidl Kids Team-ben való részvétel lehetőségével pedig a vállalat Európa-szerte még több gyermeket szeretne



ösztönözni az aktív életre. Az egészséges életmód és a tudatos táplálkozás korai életkorban történő implementálása ugyanis bizonyítottan csökkenti a felnőttkori táplálkozással összefüggő betegségek kockázatát. A Lidl továbbra is kiemelt figyelmet fordít a gyermekek egészségének megőrzésére, például a tudatos táplálkozásról, vagy a gyermekeknek szóló marketingre vonatkozó külön irányelvein keresztül: [Tudatos táplálkozás - Lidl Magyarország](#)

A Lidl volt a legláthatóbb márka az UEFA EURO 2024-en

A vállalat a sikeres UEFA EURO 2024 partnerséget követően – ahol az áruházlánc volt a torna legláthatóbb márkája – több, mint 16 millió felhasználót aktivizált a Lidl Plus alkalmazásán keresztül és a meccshelyszíneken gyümölcskelyheket osztott ki a szurkolóknak, melyekhez összesen 91 tonna gyümölcsöt használt fel. A YouGov¹ felmérése alapján a Lidl volt a legfelismerhetőbb márkapartner a torna során. Az UEFA EURO 2024 nézőinek több, mint a fele, 58 százaléka ismerte fel a Lidl-t mint a torna partnerét, ami 32 százalékos növekedést jelentett a torna előtti sinthez képest, és egyben a legnagyobb növekedést mutatta többi hivatalos partner eredményei közül. A kutatás arra is kitért, hogy a Lidl volt az egyik legláthatóbb márka, a nézők 39%-a tudta megnevezni a torna után.

„Büszkék vagyunk arra, hogy az UEFA Európa Liga és az UEFA Konferencia Liga is csatlakozik a széles körű sportszponzori portfóliónkhoz. Vállalatunk szorosan kötődik Európához: a Lidl 51 évvel ezelőtt Európa szívében született, és ma már több, mint 30 országban van jelen. A Lidl alapértékei szorosan összefüggnek nemzetközi CSR stratégiánkkal, amelynek részeként az ilyen nagyszabású, a kontinensen átívelő együttműködések alapvető fontosságúak” – nyilatkozta Tózsér Judit, a Lidl Magyarország vállalati kommunikációs vezetője.

Guy-Laurent Epstein, az UEFA marketing igazgatója így nyilatkozott a témában: *„Örömmel építünk a Lidl-lel kötött sikeres partnerségünkre a 2024-es UEFA EURO 2024 nyomán, és örömmel üdvözljük őket az UEFA Európa-liga és az UEFA Konferencia Liga hivatalos globális szponzoraként. A Lidl Európa egyik vezető élelmiszer-kiskereskedelmi lánc, jelentős nemzetközi jelenléttel. Izgatottan várjuk, hogy együtt dolgozhassunk azon, hogy az európai labdarúgás dinamizmusát és felfokozott hangulatát minél több szurkolóhoz eljuttassuk. Együttes célunk, hogy pozitív társadalmi hatást érvényesítsünk a labdarúgás ereje által.”*

¹ A YouGov felmérésről bővebben: [Euro 2024 sponsorship pays dividends for Lidl | SportBusiness](#)

Lidl Magyarországról

Az 1930-as években, Németországban alapított Lidl hazánk egyik legdinamikusabban fejlődő élelmiszerlánc. A Lidl Magyarországon 2004-ben nyitotta meg első logisztikai központját és 12 üzletét, ma pedig már 209 áruházzal van jelen hazánkban, és közel 10 ezer munkavállalót foglalkoztat. A vállalat 2004-es magyarországi piacra lépése óta töretlenül fejlődik: nem csak a diszkont szegmensben ért el vezető szerepet, de forgalmát tekintve az élelmiszer kiskereskedelmi láncok között is a legdinamikusabb növekedést tudhatja magáénak. A vállalat emellett különös figyelmet fordít a magyar beszállítókra, a magyar



SAJTÓKÖZLEMÉNY

gazdaság támogatásának és fejlesztésének jegyében, ennek köszönhetően termékeinek közel 60 százalékát magyar beszállítóktól szerzi be. A Lidl Magyarország 2023-ban ismét elnyerte a Top Employer Hungary minősítést.

További információk:

Lidl Magyarország

Tózsér Judit

Vállalati kommunikációs vezető

Tel: +36-20-776-0017

E-Mail: sajto@lidl.hu