



A LIDL ÉS AZ UEFA EGYEDÜLÁLLÓ STRATÉGIAI PARTNERSÉGET INDÍT

- **A Lidl az UEFA „Take Care” táplálkozási és az amatőr labdarúgás (Nutrition és Grassroots program) partnere lett, az együttműködés révén a sport és a tudatos táplálkozás összekapcsolásával teremt társadalmi értéket.**
- **A Lidl az UEFA női- és férfiválogatott bajnokságainak hivatalos globális partnere.**

Budapest, 2026.03.23. – **A Schwarz Csoport tagvállalatai hosszú távú stratégiai partnerséget kötöttek az Európai Labdarúgó-szövetséggel (UEFA), ezzel tovább erősítve elköteleződésüket az európai labdarúgás iránt. Ez az első ilyen jellegű együttműködés az UEFA történetében.**

Az egyedülálló stratégiai partnerség részeként a Lidl tovább bővíti együttműködését az UEFA-val. A felek egyesítik szakértelmüket annak érdekében, hogy a tudatos táplálkozást és az aktív életmódot az európai profi labdarúgáson keresztül az amatőr sportba is átültessék. Az együttműködés messze túlmutat a hagyományos szponzoráción: az UEFA oktatási programjain keresztül kézzelfogható társadalmi értéket teremt.

Fókuszban az amatőr football és az oktatási programok

A partnerség egyik központi eleme az amatőr labdarúgás támogatása lesz. A nagy nemzetközi tornákon való jelenlétére építve a Lidl az egészséges és tudatos táplálkozás terén szerzett tapasztalatait az UEFA oktatási és amatőr programjaiba integrálja majd, pozitív hatást gyakorolva ezáltal az európai tömegsportokra.

Az UEFA iskolai labdarúgó programjának partnereként a Lidl az iskolákban és az egyesületekben segít majd abban, hogy a tudatos táplálkozás, a sport és a mozgás Európa-szerte a gyerekek mindennapjainak természetes részévé váljon. Ennek érdekében az UEFA és a Lidl közösen fejleszt egy páneurópai digitális platformot, amely támogatást fog nyújtani a nemzeti labdarúgó-szövetségeknek abban, hogy magas színvonalú és inkluzív footballprogramokat kínáljanak az iskolákban és a helyi sportegyesületekben. A platform praktikus útmutatást fog nyújtani, valamint össze fogja kötni a labdarúgást, az oktatást és az egészséges táplálkozást. Többek között online képzések is szerepelnek a tervben tanárok és edzők számára, amelyek korosztályra szabott tartalmakkal segítik majd az aktív életmód népszerűsítését a futballon keresztül.

A Lidl és az UEFA célja továbbá, hogy a 2025-ös Lidl Youth Camp sikereire építve fenntartható módon inspirálják és támogassák a fiatal tehetségeket. A Lidl emellett az UEFA hivatalos Take Care partnere is lesz az egészséges életmód és táplálkozás népszerűsítésében.



SAJTÓKÖZLEMÉNY

A Lidl ott kötelezi el magát, ahol a nagy futballkarriernek kezdődnek

A sport és a mozgás iránti szenvedély sokak számára a helyi sportegyesületekben kezdődik, és gyakran egy életen át elkíséri őket – itt fektetik le a tudatos és aktív élet alapjait. A Lidl ezért az UEFA Grassroots Awards partnereként az amatőr labdarúgás támogatásában is szerepet vállal. A díj minden évben olyan kiemelkedő projekteket, kezdeményezéseket és klubokat ismer el, amelyek jelentős hatással vannak saját közösségükre. A szeptemberi UEFA Grassroots Week során a Lidl – mint névadó partner – és az UEFA egy héten át együtt ünneplik majd az amatőr futballt Európa-szerte.

Jens Thiemer, a Lidl International ügyfélkapcsolati igazgatója így nyilatkozott: „Az UEFA-val való együttműködésünket most új szintre emeljük, és az első ilyen jellegű stratégiai partnerséggel hosszú távon is értéket teremtünk a társadalom számára. Az UEFA támogatásával és a futball erejével a tudatos táplálkozás terén szerzett tapasztalatunkat oda visszük el, ahol igazán számít: az edzőkhöz, a szülőkhöz és a gyerekekhez az amatőr sportban. Hiszen a valódi változás nemcsak a stadionokban születik meg, hanem mindenekelőtt az iskolaudvarokon és a helyi sportegyesületekben.”

A sikeres együttműködés folytatódik

A Lidl 2024 óta az UEFA partnere, és a jövőben az UEFA női- és férfiválogatott tornáinak hivatalos globális partnereként is szerepet vállal. A megállapodás értelmében a Lidl 2030-ig számos rangos európai futballeseményt támogat, többek között a 2028-as labdarúgó Európa-bajnokságot az Egyesült Királyságban és Írországban, valamint a 2029-es női Európa-bajnokságot Németországban. A partnerség kiterjed többek között a 2026-os és 2028-as női Európa-bajnoki selejtezőkre, a 2027-es és 2029-es UEFA Women's Nations League-re, valamint a 2029-es női Európa-bajnokságra. A férfi tornák közül a Lidl támogatja a 2028-as UEFA Európa-bajnokságot, a 2027-es és 2029-es UEFA Nemzetek Ligáját, a 2027-es és 2029-es Európa-bajnoki selejtezőket, a 2027-es és 2029-es U21-es Európa-bajnokságot, valamint a 2026-os és 2030-as UEFA Futsal Európa-bajnokságot.

Közös értékekre építve

A vállalat alapértékei a teljesítmény, a tisztelet, a bizalom, a két lábbal a földön állás és az összetartozás. Ezek szerves részét képezik a Lidl mindennapi működésének, és ezek az értékek köszönnek vissza a sportversenyekben is – legyen szó él- vagy amatőr sportról. Az UEFA hasonlóképpen az integritás, az esélyegyenlőség és a sport közösségépítő ereje mellett köteleződött el. Mindkét szervezet egész Európában tevékenykedik, és felelősséget vállal több millió emberért – a pályán és azon kívül egyaránt.



SAJTÓKÖZLEMÉNY

Guy-Laurent Epstein, az UEFA marketingigazgatója így fogalmazott: „Örömmel üdvözljük a Schwarz Csoport vállalatait első stratégiai vállalati partnerünként. Együttes erővel szeretnénk fenntartható, felelős és versenyképes módon alakítani az európai labdarúgás jövőjét. A Lidllel közösen a futball erejét arra fogjuk használni, hogy a mozgás iránti szenvedélyt és a tudatos táplálkozás fontosságát a profi sporton túl az amatőr futball világába is eljuttassuk.”

Fenntarthatóság és erőforrás-hatékonyság

A stratégiai partnerségben a Lidl mellett a Schwarz Csoporthoz tartozó PreZero is részt vesz. A vállalat a nagy sporteseményekhez kapcsolódó erőforrás-megőrzési és körforgásos gazdasági megoldások terén járul hozzá a közös munkához.

A Schwarz Csoport vállalataival kötött stratégiai partnerség stabil keretet teremt ahhoz, hogy a közös értékek hosszú távú programokban valósuljanak meg – azzal a céllal, hogy a profi labdarúgáson túlmutató, jelentős társadalmi hatást érjenek el.

Lidl Magyarországról

A Lidl Magyarországon 2004-ben nyitotta meg első logisztikai központját és 12 üzletét, ma pedig már 220 áruházzal van jelen hazánkban, és több mint 9500 munkavállalót foglalkoztat. Az elmúlt két évtized alatt a vállalat 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, így a kereskedelmi toplista alapján ötödik éve az első helyen áll az FMCG szektorban az éves forgalom alapján. A vállalat emellett különös figyelmet fordít a magyar beszállítókra, a magyar gazdaság támogatásának és fejlesztésének jegyében, ennek köszönhetően termékeinek közel 60 százalékát magyar beszállítóktól szerzi be. A Lidl Magyarország 2026-ban ismét elnyerte a Top Employer Hungary minősítést.