**“let’s grow girls!”:**

**lidl È official sponsor di UEFA WOMEN’S EURO 2025™**

*Dopo il successo della sponsorship degli Europei 2024, l’Insegna rinnova l’impegno a fianco del torneo femminile per colmare il divario con lo sport maschile.*

*Arcole (VR), 30 giugno 2025* – Lidl è pronta a scendere nuovamente in campo. In qualità di Official Partner di UEFA WOMEN’S EURO 2025™, i **Campionati Europei di calcio femminile in programma in Svizzera dal 2 al 27 luglio**, l’Insegna rinnova con la stessa passione e lo stesso coinvolgimento il proprio impegno nel mondo calcistico, continuando così le collaborazioni di successo con la UEFA dopo le partnership nel settore maschile per i Campionati Europei UEFA EURO 2024™ e per le due competizioni UEFA Europa League™ e UEFA Conference League™.

L’obiettivo è quello di ispirare un cambiamento, avendo un impatto sociale positivo attraverso un vero e proprio “motore di emozioni”, rappresentato – appunto – dal calcio. Tutto questo in un torneo che punta a celebrare l’ambizione, il coraggio e il **talento delle più forti calciatrici europee**, coinvolgendo negli stadi 600.000 tifosi provenienti da 112 Paesi e prevedendo 500 milioni di spettatori cumulativi grazie alle dirette delle partite sulle varie piattaforme, come specificato nel *UEFA Women’s EURO 2025 – Pre-tournament impact report.*

**Alessia Bonifazi, Responsabile Corporate Affairs** sottolinea: *“Promuoviamo i Campionati Europei di calcio femminile con ancora più impegno ed entusiasmo della competizione maschile dello scorso anno perché solo così possiamo contribuire attivamente a colmare il divario di genere nello sport. Il 62% della nostra popolazione aziendale è composto da donne, è nostro dovere mettere in luce il talento femminile e celebrarne i successi”.*

Proprio in questa direzione vanno declinate le iniziative proposte da Lidl all’interno della manifestazione, tutte finalizzate a creare un domani migliore.

**ISPIRARE LE GENERAZIONI FEMMINILI DEL FUTURO:** grazie al **Lidl Youth Camp**, in programma a Basilea dal 25 al 28 luglio, 100 ragazze di età compresa tra i 14 ed i 17 anni e provenienti da 20 Paesi vivranno un’esperienza immersiva fatta di allenamenti e workshop dedicati al benessere fisico e mentale.

**ALIMENTAZIONE CONSAPEVOLE:** all’interno delle **Fan Zone** dedicate ai tifosi verrà offerta frutta fresca, per un break completo e salutare. A sottolineare l’importanza dell’alimentazione sana, a circa 30 minuti da Zurigo, Lidl ha realizzato il **“Lidl Fresh Field”**, un campo coltivato con 8 varietà di frutta e verdura che produrranno oltre 15 tonnellate di prodotti freschi. Il raccolto verrà poi donato alle organizzazioni del territorio.

**DIVERSITÀ E INCLUSIONE:** in tutti gli 8 stadi della manifestazione e per 31 partite, gli **Awareness Team**, composti da ambasciatori Lidl formati da istruttori specializzati, saranno dedicati a promuovere inclusione, diversità e rispetto durante le partite affinché gli stadi diventino luoghi dove ognuno si sente accolto.

**Company Profile Lidl**

Lidl Italia è una catena di supermercati presente nel Paese dal 1992 che dispone attualmente di una rete di circa 780 punti vendita riforniti quotidianamente da 12 piattaforme logistiche dislocate sul territorio nazionale, impiegando circa 23.000 collaboratori. L’offerta a scaffale si compone di oltre 3.500 referenze attentamente selezionate, di cui oltre l’80% prodotte in Italia e a marchio proprio per garantire al cliente il miglior rapporto qualità-prezzo.

**Contatti per la stampa:**

LIDL Italia S.r.l. a socio unico - Ufficio Comunicazione

Via Augusto Ruffo, 36 - 37040 Arcole (VR)

Tel. 045.6135100

E-mail: stampa@lidl.it

[www.lidl.it](http://www.lidl.it)