

Lidl et l'UEFA renforcent leur partenariat stratégique pour une alimentation plus saine dans le football amateur



Communiqué de presse, 17/03/2026

Les entreprises du Groupe Schwarz élargissent leur engagement pour le football européen à travers un partenariat stratégique à long terme avec l'Union des associations européennes de football (UEFA) – le premier dans l'histoire de l'organisation sportive.

Dans le cadre de ce partenariat stratégique unique, Lidl va également étendre sa collaboration avec l'UEFA. Les deux parties combinent leur expertise pour contribuer à une alimentation saine et durable, du football professionnel européen jusqu'au football amateur. La collaboration va bien au-delà du parrainage traditionnel et a vocation à créer une valeur ajoutée concrète pour la société à travers les programmes éducatifs de l'UEFA.

La priorité au sport amateur et aux programmes éducatifs

L'engagement en faveur du football amateur est au cœur de notre partenariat. Fort de sa visibilité lors des grands tournois, Lidl met désormais son expertise en alimentation saine et durable au service des programmes éducatifs de l'UEFA. En tant que partenaire du programme UEFA Football in Schools, Lidl agit concrètement dans les écoles et clubs pour ancrer l'alimentation saine et l'activité physique dans le quotidien des enfants à travers l'Europe.

L'UEFA et Lidl développent ainsi ensemble une plateforme digitale européenne afin de soutenir les associations nationales de football en offrant un football inclusif et de haute qualité dans les écoles et les clubs locaux. La plateforme fournit des conseils pratiques et rassemble autour du football, de l'éducation et de l'alimentation saine et durable. Elle inclut, entre autres, des cours en ligne pour les enseignants et les entraîneurs afin de les aider à promouvoir un mode de vie actif par le football avec un contenu adapté à l'âge. Lidl et l'UEFA visent également à s'appuyer sur le succès du Lidl Youth Camp en 2025 afin d'inspirer et de soutenir durablement les jeunes talents du football. Lidl assume également le rôle de partenaire officiel « Take Care Nutrition » de l'UEFA.

Pour cultiver le talent à la source : l'engagement de Lidl

La passion pour le sport et l'activité physique, qui dure souvent toute une vie, commence généralement au sein du club de son enfance – c'est là que les bases d'une vie saine et active sont posées. En tant que partenaire des « UEFA Grassroots Awards », Lidl renforce donc l'accompagnement des plus jeunes joueurs et joueuses. Chaque année, des distinctions mettent en lumière l'excellence des initiatives pour les plus jeunes dans le football amateur en récompensant des projets de clubs exemplaires. A travers un temps fort la semaine UEFA Grassroots Week qui se déroule en septembre, Lidl s'associe à l'UEFA pour célébrer la vitalité du football amateur partout en Europe.

Jassine Ouali, Chief Customer Officer de Lidl France: « *Nous franchissons une nouvelle étape avec l'UEFA. Notre objectif est simple : apporter notre savoir-faire en matière d'alimentation saine et durable là où il est le plus utile : au cœur du football auprès des plus jeunes. C'est dans les clubs de quartier et les écoles que se construisent les habitudes de demain et que commence le véritable impact social.* »

Un partenariat qui se prolonge

Lidl est partenaire de l'UEFA depuis 2024 et sera à l'avenir à la fois de partenaire mondial officiel du football des équipes nationales féminines et masculines de l'UEFA. Jusqu'en 2030, Lidl soutiendra donc de nombreuses compétitions prestigieuses du football européen féminin et masculin, comme l'UEFA EURO 2028 au Royaume-Uni et en République d'Irlande ainsi que l'UEFA Women's EURO 2029 en Allemagne.

L'engagement inclut les éliminatoires des championnats européens féminins 2026 et 2028, la UEFA Women's Nations League 2027 et 2029 ainsi que l'UEFA Women's EURO 2029. Dans les compétitions masculines, Lidl soutiendra l'UEFA EURO 2028, l'UEFA Nations League 2027 et 2029, les éliminatoires des championnats européens 2027 et 2029, le Championnat d'Europe de football des moins de 21 ans de l'UEFA 2027 et 2029 ainsi que le Championnat d'Europe de futsal de l'UEFA 2026 et 2030.

A l'origine de valeurs partagées

Les valeurs de Lidl sont la performance, le respect, la confiance, la simplicité et l'appartenance. Elles façonnent les actions quotidiennes de l'entreprise et se reflètent également dans la compétition sportive – que ce soit dans le sport de haut niveau ou amateur. L'UEFA défend également l'intégrité, l'égalité des chances et le pouvoir fédérateur du sport.

Guy-Laurent Epstein, Directeur Marketing de l'UEFA, a déclaré : « *Nous sommes ravis d'accueillir le Groupe Schwarz en tant que premier partenaire stratégique d'entreprise. Ensemble, nous combinons nos forces pour façonner l'avenir du football européen de manière durable, responsable et compétitive. Avec Lidl, nous utiliserons le pouvoir du football pour apporter la passion pour l'activité physique et la nutrition saine au-delà du sport professionnel dans le football amateur.* »

La durabilité et l'efficacité des ressources

Aux côtés de Lidl, PreZero fait également partie du partenariat stratégique entre les entreprises du Groupe Schwarz et l'UEFA. PreZero apporte son expertise en matière de conservation des ressources et d'économie circulaire dans le contexte des grands événements sportifs à la collaboration.

Le partenariat stratégique avec les entreprises du Groupe Schwarz crée un cadre engageant pour traduire des valeurs partagées en programmes à long terme – avec l'ambition de générer un impact sociétal au-delà du football professionnel.

A PROPOS DE LIDL FRANCE

Depuis 36 ans, Lidl est un acteur majeur de la distribution en France, partenaire du quotidien des consommateurs. Avec sa signature « Lidl, ça vaut le coup », l'enseigne affirme son engagement en faveur du pouvoir d'achat, de la responsabilité sociale et environnementale, et de la transparence tarifaire. Aujourd'hui, Lidl compte 1 600 supermarchés et 46 000 collaborateurs en France. Son offre repose sur un assortiment sélectionné, composé à près de 90 % de marques de distributeur, garantissant le meilleur rapport qualité-prix, dans le respect d'une politique de prix uniformes sur tout le territoire.