



Lidl y la UEFA lanzan una asociación estratégica única

Lidl se convierte en socio de nutrición del programa Take Care de la UEFA así como del programa de fútbol base de la UEFA¹ y, a través de esta colaboración, crea valor social mediante la unión del deporte y la alimentación consciente.

Lidl es socio global oficial de las competiciones nacionales femeninas y masculinas de la UEFA.



Guy-Laurent Epstein, Director de Marketing de la UEFA (izquierda) y Jens Thiemer, Chief Customer Officer de Lidl Internacional (derecha).

Madrid, 30 de abril de 2026 - Las empresas del Grupo Schwarz amplían su compromiso con el fútbol europeo al alcanzar un acuerdo de **asociación estratégica a largo plazo con la Unión de Asociaciones Europeas de Fútbol (UEFA)**, la primera en la historia de la UEFA.

En el marco de esta asociación estratégica única, Lidl ampliará también su colaboración con la UEFA. Ambas partes combinan su experiencia para **llevar la alimentación consciente y un estilo de vida activo desde el fútbol profesional europeo hasta el fútbol base**. La colaboración va mucho más allá del patrocinio tradicional y genera un **valor social tangible a través de los programas educativos de la UEFA**.

Foco en el fútbol base y los programas educativos

¹El fútbol base es todo aquel fútbol que no sea profesional o élite. Esto incluye, aunque no está limitado, fútbol infantil, escuelas y fútbol juvenil, fútbol amateur, fútbol para jugadores discapacitados, fútbol para veteranos y el llamado fútbol caminando ('walking football').



Un componente central de la alianza es el compromiso con el fútbol base. Aprovechando su presencia en los grandes torneos, **Lidl aporta su experiencia en alimentación saludable y consciente a los programas educativos y de fútbol base de la UEFA**, con el objetivo de generar un impacto positivo en el deporte de base europeo.

Como socio del programa **Football in Schools de la UEFA**, Lidl contribuye a **integrar en las escuelas la alimentación consciente, el deporte y la actividad física en el día a día de los niños de toda Europa**. Con este fin, UEFA y Lidl están desarrollando conjuntamente una **plataforma digital paneuropea** que ayuda a las asociaciones nacionales de fútbol a ofrecer fútbol de calidad e incluso en escuelas y clubes locales.

La plataforma ofrece orientación práctica y un fútbol, educación y alimentación saludable. Incluye, entre otras cosas, cursos en línea para profesores y entrenadores para ayudarles a **promover un estilo de vida activo a través del fútbol** con contenidos adaptados a cada edad.

Lidl y la UEFA también tienen como objetivo construir sobre el éxito del **Lidl Youth Camp de 2025** para **inspirar y apoyar de forma sostenida a los jóvenes talentos del fútbol**. Lidl asumirá asimismo el papel de **socio oficial de nutrición del programa Take Care de la UEFA**.

Lidl está comprometido con apoyar los lugares donde comienzan las grandes carreras futbolísticas

La pasión por el deporte y la actividad física, que a menudo dura toda la vida, suele comenzar en el club deportivo local: ahí es donde se sientan las bases de una vida consciente y activa. Como socio de los **Premios del Fútbol Base de la UEFA**, Lidl refuerza por tanto el deporte de base. Estos premios reconocen cada año proyectos, iniciativas o clubes destacados del fútbol base. Con la **Semana del Fútbol Base de la UEFA** en septiembre, Lidl y la UEFA celebran juntos durante una semana el fútbol base en toda Europa.

Jens Thiemer, Chief Customer Officer de Lidl Internacional, declara: *“Seguimos poniendo foco en desarrollar nuestra colaboración con la UEFA y estamos creando un valor añadido sostenible para la sociedad con la primera asociación estratégica de la UEFA. Con la ayuda de la UEFA y el poder del fútbol, llevamos nuestra experiencia en alimentación consciente exactamente donde marca la diferencia: a entrenadores, padres y niños en el deporte de base. Al fin y al cabo, el cambio social no se decide únicamente en el estadio, sino sobre todo en el patio del colegio y en los clubes locales.”*

Una historia de éxito que entra en prórroga

Lidl es socio de la UEFA desde 2024 y en el futuro actuará como socio global oficial tanto del **UEFA Women's National Team Football** como del **UEFA Men's National Team Football**. Hasta 2030, Lidl apoyará numerosas competiciones de prestigio del fútbol europeo femenino y masculino, incluida la **UEFA EURO 2028** en el Reino Unido y la República de Irlanda, así como la **UEFA Women's EURO 2029** en Alemania.

El compromiso incluye los **Women's European Qualifiers 2026 y 2028**, la **UEFA Women's Nations League 2027 y 2029**, así como la **UEFA Women's EURO 2029**. En las competiciones masculinas, Lidl apoyará la **UEFA European Football Championship 2028**, la **UEFA Nations League 2027 y 2029**, los **European Qualifiers 2027 y 2029**, así como el **UEFA European Futsal Championship 2026 y 2030**.

Una base de valores compartidos

Los valores de Lidl son el rendimiento, el respeto, la confianza, la humildad y el sentido de pertenencia. Éstos guían nuestras acciones diarias y se reflejan también en la competición deportiva, tanto en el deporte de élite como en el de base. La UEFA, por su parte, representa la integridad, la igualdad de oportunidades



y el poder unificador del deporte.

Guy-Laurent Epstein, Director de Marketing de la UEFA, afirmó: *“Estamos encantados de dar la bienvenida al Grupo Schwarz como nuestro primer socio corporativo estratégico. Juntos, combinamos nuestras fortalezas para moldear el futuro del fútbol europeo de forma sostenible, responsable y competitiva. Junto con Lidl, utilizaremos el poder del fútbol para llevar la pasión por la actividad física y la alimentación consciente más allá del deporte profesional, hasta el fútbol de base.”*

Sostenibilidad y eficiencia en el uso de los recursos

Junto a Lidl, **PreZero también forma parte de la asociación estratégica** entre las empresas del Grupo Schwarz y la UEFA. PreZero aporta a la colaboración su experiencia en la conservación de recursos y la economía circular en el contexto de los grandes eventos deportivos.

La asociación estratégica con las empresas del Grupo Schwarz crea un marco vinculante para **traducir los valores compartidos en programas a largo plazo**, con la ambición de generar un impacto social que trascienda el fútbol profesional.

—

El compromiso de Lidl con España

Desde su responsabilidad como gran empresa, Lidl trabaja más que nunca para reforzar su compromiso con España y contribuir de forma decidida al desarrollo económico, laboral y social del país. En este sentido, la compañía continúa generando riqueza en todo el territorio gracias a la apertura de nuevas tiendas y plataformas logísticas, la creación de nuevos puestos de trabajo estables y de calidad y la compra de más producto nacional y regional, impulsando e internacionalizando los negocios de sus proveedores. Todo ello estando cerca de los colectivos más vulnerables con proyectos que permiten mejorar sus vidas, sin renunciar en ningún momento a la sostenibilidad como eje principal de su actividad y ofreciendo siempre la cesta de la compra más barata a sus clientes.

Acerca de Lidl



Lidl es una cadena de distribución alimentaria con presencia desde hace 30 años en España, donde gracias a la creciente confianza de sus clientes ya es el tercer operador del sector por cuota de mercado. Hoy en día, la empresa cuenta con una red de más de 700 tiendas y 14 plataformas logísticas y con una plantilla de más de 19.700 personas. Lidl también colabora estrechamente con unos 860 proveedores nacionales a los que ya compra productos por valor de más de 7.900 M€ anuales, exportando más de la mitad.

Lidl Supermercados es la filial en España de la alemana Lidl Stiftung, compañía que forma parte del Grupo Schwarz, el cuarto operador mundial en el sector de la distribución alimentaria. Lidl como grupo es la cadena de supermercados líder en Europa y está presente en más de treinta países, con una estructura que incluye aproximadamente 12.600 establecimientos, más de 230 centros logísticos y una plantilla superior a 382.000 personas, guiada por los valores de pertenencia, respeto, humildad, confianza y desempeño.



Para más información:

Gabinete de Prensa - Lidl España

[Sala de Prensa - Lidl España](#)

E: prensa@lidl.es T: +34 93 576 14 44

