

31.07.2025 - 08:35 Uhr

Lidl Suisse dresse un bilan positif de l'EURO féminin de l'UEFA 2025TM



Weinfelden (ots) -

Quatre semaines de football, d'émotions et d'engagement - l'EURO féminin de l'UEFA 2025 est terminé, mais les initiatives de Lidl continuent à produire leurs effets. Ce tournoi, organisé sur le sol national, tenait particulièrement à coeur à Lidl Suisse. Le tournoi a passionné toute l'Europe et a permis d'établir plusieurs records dans le football féminin.

Signe fort pour le football féminin, l'EURO féminin de l'UEFA 2025 a également permis d'atteindre des chiffres encore jamais vus : 657 291 spectateurs dans les stades, 400 millions de téléspectateurs et la plus grande marche de supporters du football féminin avec un total de 25 000 fans. Nicholas Pennanen, le CEO de Lidl Suisse, déclare : " Nous sommes très heureux de l'euphorie qui a gagné tout le pays, et nous sommes fiers d'avoir participé à ce mouvement grâce à notre engagement. Notre objectif était de promouvoir la santé et une alimentation consciente, et ce fut un vrai succès. Grâce aux différentes activités et initiatives organisées, telles que le Lidl Youth Camp et la Awareness Team, nous avons pris une position claire en faveur du respect, de l'inclusion et du développement en commun.

Lidl Youth Camp - Créer des perspectives pour les jeunes femmes

Parmi les moments forts : le Lidl Youth Camp à Bâle, auquel ont participé 100 jeunes femmes venues de toute l'Europe, dont 24 de Suisse. Entraînées par des coachs de l'UEFA, elles ont pu participer à des ateliers sur la nutrition et la santé mentale, nouer des amitiés internationales et travailler à leur développement personnel, tant sur le terrain qu'en dehors. Madlaina (15 ans) originaire de Glion (canton des Grisons) : " Le Youth Camp a été une expérience unique, avec d'excellentes conditions d'entraînement, des informations passionnantes et la possibilité de nouer de nouvelles amitiés. Être sur le terrain avec autant de filles passionnées de football a vraiment été une expérience inspirante.

Fan zones - Fraîcheur, jeux et exercice pour tous

Dans les villes hôtes, Lidl était présent dans les fan zones, que ce soit avec des stands proposant des collations saines, notamment des fruits frais en gobelet, ou avec des animations ludiques telles qu'un jeu de fléchettes XXL ou encore un parcours de dribble, qui ont contribué à une ambiance festive et incité les fans à bouger et à

s'amuser. Quelques chiffres clés :

- Présence dans les fan zones réservées aux supporters dans toutes les villes hôtes ; 240 000 visiteurs sur le stand Lidl dans les fan zones de Bâle, Berne, Zurich et Genève
- 230 000 gobelets de fruits distribués ; 32 tonnes de fruits distribués

Awareness Team - pour une expérience respectueuse dans les stades

En coopération avec l'UEFA, Lidl a déployé des Awareness Teams dans les huit stades tout au long des 31 matchs. 57 collaboratrices et collaborateurs de Lidl et des équipes expérimentées de Guardian Angels étaient mobilisées, veillant à assurer un environnement inclusif et respectueux pour tous les fans. Les multiples rencontres, discussions et retours positifs ont montré que la présence des Awareness Teams était vraiment appréciée.

Champ " Fraîcheur " - Donner vie à la nutrition

À Rapperswil-Jona, au bord du lac de Zurich, Lidl a cultivé un champ de la taille et de la forme d'un terrain de football, faisant littéralement pousser des thématiques telles que la santé et une alimentation consciente. Au cours des derniers mois, plus de 15 tonnes de fruits et légumes de différentes variétés ont été cultivés et récoltés. Lidl Suisse fait don de la récolte à ses organisations partenaires Table couvre-toi, Caritas et Table Suisse. Le parcours interactif aménagé au coeur du champ permettait de transmettre de manière ludique des connaissances sur la nutrition, les fruits et légumes, ainsi que sur l'histoire de l'EURO féminin de l'UEFA.

Collecte de fonds pour IdéeSport

Du 19 juin au 16 juillet 2025, Lidl Suisse a reversé 10 centimes à IdéeSport pour chaque paquet de 500 g de tomates cerises vendu. Grâce à diverses offres telles que MiniMove ou MidnightSports, IdéeSport met gratuitement à la disposition de différents groupes d'âge des installations sportives, favorisant ainsi la santé physique et mentale des enfants et des adolescents. Lidl Suisse remet à IdéeSport un don de CHF 30 000.

Soutien à Fussball kann mehr Schweiz

Lidl Suisse soutient l'organisation en réseau " FUSSBALL KANN MEHR SCHWEIZ " (*Le football peut plus - Suisse*) par une contribution financière et participe au forum de cette année. L'organisation s'engage en faveur d'une meilleure visibilité et de changements structurels dans le football féminin suisse. De nombreuses personnalités issues du sport, de l'économie et de la politique ont pris part à ce forum.

Contact:

Service de presse
Dunantstrasse 15
8570 Weinfelden
Tél. : +41 (0)71 627 82 00
E-mail : media@lidl.ch

Medieninhalte



BASEL, SWITZERLAND - JULY 27: General impressions from LIDL Youth Camp 2025 on July 27, 2025 in Basel, Switzerland. (Photo by Christian Kaspar-Bartke - UEFA/UEFA via Getty Images) / Texte complémentaire par ots et sur www.presseportal.ch/fr/nr/100016795 / L'utilisation de cette image à des fins éditoriales est autorisée et gratuite, pourvu que toutes les conditions d'utilisation soient respectées. La publication doit inclure le crédit de l'image.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100016795/100933782> abgerufen werden.