



Communiqué de presse

Rheinfelden, le 20 mai 2025

Pepsi célèbre le football féminin en tant que partenaire officiel de l'UEFA Women's EURO 2025

Pepsi est fière de réaffirmer son engagement dans le football et d'être partenaire officiel de l'UEFA Women's EURO 2025, qui se déroulera en Suisse du 2 au 27 juillet 2025. Cela marque une étape importante dans la longue histoire mondiale du football de Pepsi, qui met les footballeuses au premier plan et renforce durablement le football féminin.

S'appuyant sur le soutien important et l'intérêt croissant des spectateurs autour de l'UEFA Women's EURO 2022 en Angleterre, Pepsi approfondit son engagement dans le football féminin avec une approche locale axée sur les fans en Suisse - le pays hôte du tournoi de cette année. Le partenariat associe la plateforme mondiale de Pepsi à des activations locales culturellement pertinentes visant à inspirer et à enthousiasmer la prochaine génération de fans de football. La campagne internationale «Refresh the Game», qui réunit des légendes du football de différentes générations, de différents clubs et de différents pays, est au cœur de ce projet. Ensemble, ils célèbrent les stars qui redéfinissent le jeu. Refresh the Game réunit les icônes d'aujourd'hui et les légendes d'hier, tout en faisant revivre les moments de football Pepsi les plus inoubliables des 50 dernières années.

Depuis un demi-siècle, Pepsi fait partie de la culture mondiale du football et a mis en lumière les plus grandes personnalités du sport grâce à des films publicitaires marquants - des débuts de Pelé dans les années 1970 à la magie de Ronaldinho sur la plage, en passant par le duel du Wild West de David Beckham. Refresh the Game s'inscrit exactement dans cette lignée.

Avec des taux d'audience records et une popularité en constante augmentation, le football féminin connaît un essor historique, étant l'un des sports à la croissance la plus rapide au monde. Pepsi s'engage activement pour continuer à encourager cette évolution. Avec un nombre impressionnant de joueuses de classe mondiale comme Alexia Putellas, Lauren James, Caroline Graham Hansen,

Farah Jefry et Leah Williamson, les frontières sont repoussées et les clichés brisés. Qu'il s'agisse de championnes d'Europe, de légendes de la Ligue des champions, de meilleures buteuses, de gagnantes du Ballon d'Or ou de stars de la Women's Super League, elles sont toutes synonymes d'excellence, de talent et de passion. Sur et en dehors du terrain, leurs capacités spectaculaires, leurs personnalités authentiques et leur attitude confiante changent les règles du jeu du football.

Afin de donner vie à la campagne et d'atteindre directement les fans, Pepsi lance une série de mesures ciblées dans toute l'Europe - en particulier en Suisse. Celles-ci complètent la campagne Refresh the Game, qui sera lancée en Suisse à partir du mois de juin, en proposant des expériences tangibles sur le terrain, consacrées aux mêmes stars et aux mêmes histoires que celles du film de la campagne. Parmi les initiatives les plus importantes, on peut citer

- Activations dans les Fan Zones officielles de l'UEFA à Bâle, Berne, Genève et Zurich, où Pepsi créera des expériences enthousiasmantes pour les fans et augmentera l'anticipation du tournoi.
- Canettes Pepsi Zero Sugar en édition limitée avec le branding UEFA Women's EURO et des éléments de design suisses - disponibles exclusivement en Suisse pendant le tournoi.
- Tirage au sort de billets avec une chance de gagner l'un des 200 billets pour l'UEFA Women's EURO 2025.
- Promotion à long terme du football féminin en Suisse grâce à des partenariats avec des clubs leaders tels que le BSC Young Boys, le FC Bâle, le FC Zurich et le Servette FC.

«L'UEFA Women's EURO 2025 est un moment clé pour le football féminin et nous sommes fiers que Pepsi joue un rôle aussi visible et engagé ici en Suisse», déclare Rachael Caulton, General Manager FOBO Northern Europe chez PepsiCo. «Chez Pepsi, nous nous engageons à faire progresser la croissance du football féminin grâce à des plateformes qui célèbrent les talents, inspirent les fans et atteignent de nouveaux groupes cibles. Cet été est plus qu'un tournoi - c'est une célébration de la passion, du développement et des athlètes féminines qui façonnent l'avenir du football».

En guise d'engagement clair en faveur du développement durable du sport, Pepsi a prolongé son partenariat avec le football féminin de l'UEFA jusqu'en 2030, un engagement à long terme qui montre la voie à suivre. Cet investissement sans précédent dans le secteur souligne la confiance de Pepsi dans l'avenir du football féminin et sa détermination à faire passer ses protagonistes au niveau supérieur.

[Images/vidéos](#)

Pour toute question :

Esin Celiksüngü, porte-parole adjointe

Tél. 058 123 43 86 / uko@fgg.ch

Ce texte est disponible sous forme électronique à l'adresse [suivante : www.feldschloesschen.swiss](http://www.feldschloesschen.swiss)

À propos de PepsiCo

Les produits de PepsiCo sont consommés plus d'un milliard de fois par jour dans plus de 200 pays et régions du monde entier. En 2024, PepsiCo a réalisé un chiffre d'affaires net de près de 92 milliards de dollars US - porté par un solide portefeuille de boissons et de snacks, dont des marques comme Lay's, Doritos, Cheetos, Gatorade, Pepsi-Cola, Mountain Dew, Quaker et SodaStream. La gamme de produits comprend un large choix d'aliments et de boissons populaires, dont de nombreuses marques emblématiques qui génèrent chacune un chiffre d'affaires annuel au détail estimé à plus d'un milliard de dollars US. En Suisse, Pepsi est embouteillée par Feldschlösschen depuis 2022.

PepsiCo est guidé par la vision d'être le leader mondial des boissons et des snacks, avec pep+ (PepsiCo Positive) comme stratégie d'entreprise centrale. pep+ est synonyme de transformation globale, centrée sur la durabilité et les personnes : avec pour objectif de créer de la valeur et de la croissance dans les limites de la planète, tout en favorisant un changement positif pour les personnes et l'environnement.

Plus d'informations sur www.pepsico.com ainsi que sur X (Twitter), Instagram, Facebook et LinkedIn @PepsiCo.

L'entreprise Feldschlösschen

Feldschlösschen, dont le siège principal se trouve à Rheinfelden AG, est la première brasserie et le plus grand distributeur de boissons de Suisse. L'entreprise existe depuis 1876 et emploie 1200 collaborateurs sur 22 sites répartis dans toute la Suisse. Avec un assortiment de plus de 40 bières de marques suisses propres et un vaste portefeuille de boissons allant de l'eau minérale au vin en passant par les boissons sans alcool, Feldschlösschen approvisionne 25 000 clients issus de la gastronomie, du commerce de détail et du commerce de boissons. Le succès de Feldschlösschen repose sur les valeurs solidement ancrées de la marque : pionnier, maître, partenaire. Elles constituent le fondement constant sur lequel Feldschlösschen agit en tant que leader du marché. www.feldschloesschen.swiss

