



PARTENAIRE OFFICIEL

**LE PARIS SAINT-GERMAIN ET COCA-COLA RENOUENT
POUR TROIS ANS UN PARTENARIAT MONDIAL
QUI RASSEMBLE LES SUPPORTERS À TRAVERS
LE MONDE**

BACK IN PARIS*



PARTENAIRE OFFICIEL

Paris, le 26 août 2026.

Le Paris Saint-Germain et Coca-Cola France sont heureux d'annoncer la signature d'un partenariat mondial jusqu'en 2029, marquant le renouveau d'une collaboration emblématique qui unit deux des marques les plus iconiques au monde.

Déjà partenaires par le passé, le Paris Saint-Germain et Coca-Cola se retrouvent aujourd'hui pour renouer avec leur histoire commune, portée par une même volonté : rassembler les fans autour de leurs passions et créer des moments de partage et d'émotion mémorables. À la croisée du football, de la mode, de la musique et du lifestyle, le Paris Saint-Germain s'est imposé comme une référence culturelle dont l'univers rayonne bien au-delà des terrains. Une dimension qui fait naturellement écho à Coca-Cola et à sa capacité à fédérer les communautés autour des grands moments et des passions qui les animent.

Cette proximité naturelle donne tout son sens à cette collaboration. Coca-Cola redevient ainsi partenaire officiel du Club jusqu'en 2029, avec l'ambition de proposer de nouvelles expériences aux supporters et de les faire vibrer bien au-delà des terrains de football. De son côté, Powerade, marque de The Coca-Cola Company ancrée dans l'univers du sport, accompagnera le Paris Saint-Germain à travers des activations autour de l'effort, de l'énergie et du dépassement de soi.

UN PARTENARIAT PENSÉ COMME UNE PLATEFORME MONDIALE DE CULTURE ET DE DIVERTISSEMENT

Au-delà du football, Coca-Cola et le Paris Saint-Germain entendent s'appuyer sur les grandes passions culturelles qui rassemblent les nouvelles générations pour imaginer des façons inédites de faire vivre l'univers du Club et créer des moments de connexion avec les supporters à travers le monde.

En France, cette ambition prendra vie tout au long de l'année à travers des activations populaires, des expériences exclusives et des rendez-vous conçus au plus près des supporters, pour célébrer ensemble les moments qui comptent.

UNE NOUVELLE EXPÉRIENCE COCA-COLA AU PARC DES PRINCES

Dans le cadre de ce nouveau partenariat, Coca-Cola et le Paris Saint-Germain dévoileront prochainement un nouvel espace expérientiel au Parc des Princes, pensé comme un lieu de rassemblement accessible à tous les supporters.

Ce nouvel espace accueillera tout au long de la saison des animations, expériences immersives et rendez-vous exclusifs autour du football et de la culture parisienne.

Pour célébrer le retour du partenariat et féliciter le Paris Saint-Germain pour sa saison 2025-2026, Coca-Cola dévoilera une canette collector exclusive aux couleurs du club emblématique. Produite à 400 000 exemplaires, cette édition limitée sera disponible à partir du 12 octobre dans plus de 650 magasins Carrefour en Île-de-France¹.

1. Dans la limite des stocks disponibles



“

Le Paris Saint-Germain et Coca-Cola partagent depuis longtemps la même conviction : les émotions les plus fortes naissent lorsqu'elles sont vécues ensemble. Aujourd'hui, nous sommes fiers d'écrire un nouveau chapitre de cette histoire commune avec l'ambition de créer des expériences toujours plus innovantes, créatives et engageantes, capables de rapprocher nos millions de fans à travers le monde, et ce bien au-delà du football.

Richard Heaselgrave,
Chief Revenue Officer, Paris Saint-Germain

Chez Coca-Cola, nous croyons depuis toujours à la force des moments partagés. Le football en est l'une des expressions les plus universelles : il rassemble, il crée de l'émotion, il traverse les générations. Depuis plus de vingt ans, nous accompagnons les supporters du Paris Saint-Germain dans cette ferveur collective. Ce nouveau partenariat nous permettra de continuer à imaginer des expériences qui créent du lien, bien au-delà du terrain.

Sébastien Lesage,
Directeur des partenariats sportifs chez Coca-Cola Europe

”



PARTENAIRE OFFICIEL

À propos de Coca-Cola en France : Coca-Cola® en France est représentée par plusieurs sociétés, non liées entre elles et appartenant à des groupes distincts et indépendants. En France métropolitaine, Coca-Cola Services France fournit des services de marketing en lien avec la promotion des marques appartenant à The Coca-Cola Company et à ses sociétés affiliées, tandis que les boissons de marques appartenant à The Coca-Cola Company et à ses sociétés affiliées sont produites, vendues et distribuées par Coca-Cola Europacific Partners France, en France métropolitaine, et par la Société Corse de Boissons (SOCOBO).

À propos du Paris Saint-Germain : Fondé en 1970, le Paris Saint-Germain est le club le plus titré de France et une référence du football européen, consacrée par ses victoires en Ligue des Champions de l'UEFA en 2025 et 2026. Depuis 2011, sous l'impulsion de Qatar Sports Investments (QSI), il s'est imposé comme une institution omnisports de premier plan (football masculin et féminin, handball, judo, esports), portée par des valeurs d'excellence, de collectif et de dépassement de soi. En 2024, le Club a franchi une nouvelle étape majeure avec l'inauguration du Campus Paris Saint-Germain, son centre d'entraînement ultramoderne situé à Poissy.

Profondément attaché à son identité parisienne, le Paris Saint-Germain puise dans l'énergie de la capitale pour développer un modèle unique à la croisée du sport, de la culture et du lifestyle. Ce positionnement s'incarne dans des collaborations emblématiques, notamment avec Jordan depuis 2018, et dans de nombreux projets à la croisée de l'art, de la mode, de la musique et du bien-être.

Fort de plus de 250 millions de fans sur les réseaux sociaux et d'un réseau mondial de PSG Académies et de clubs de supporters, le Club contribue activement au rayonnement de Paris à travers le monde. Parallèlement, il mène des actions concrètes au plus près de ses territoires et de ses communautés, à travers les initiatives de la Fondation Paris Saint-Germain et du Fonds de Dotation, réunies sous la bannière PSG for Communities, en faveur de l'émancipation de la jeunesse. Le Paris Saint-Germain s'affirme ainsi comme le Club de la Nouvelle Génération.