

NUNO PINTO LEITE NOMMÉ DIRECTEUR GÉNÉRAL DE PEPSICO FRANCE

PepsiCo nomme Nuno Pinto Leite à la tête de sa filiale France. Arrivé en 2017 au sein du Groupe, il dirigeait le marché Europe centrale méridionale et balte depuis 2020. Sa maîtrise des enjeux business associée à son expertise retail lui permettront d'accompagner les enjeux d'innovation du Groupe et d'accélérer sur ses ambitions durables, en lien avec sa feuille de route pep+.



« Je suis très fier de rejoindre PepsiCo en France, une filiale parmi les plus dynamiques et à la pointe de l'innovation. Un exemple pour le Groupe, notamment en matière de durabilité, avec des objectifs ambitieux pour la décarbonation du transport ou sur l'emballage – où nous sommes par exemple la seule entité en Europe à avoir transitionné sur 100% de rPET pour l'ensemble du portefeuille boissons et déployé des bouchons attachés. J'ai hâte de m'engager avec les équipes dans la conquête de nouveaux défis business pour continuer de progresser sur l'ensemble de nos indicateurs. », déclare Nuno Pinto Leite.

Nuno Pinto Leite était basé depuis 2020 à Belgrade, en Serbie, en qualité de Directeur Général de la zone Europe centrale méridionale et Serbie (SCEB) qui regroupe 14 marchés. Il a intégré PepsiCo en 2017 au sein de la filiale britannique, d'abord en tant que responsable des projets stratégiques, avant de piloter le département Traditional Trade Channel. Avant de rejoindre l'industrie agroalimentaire, Nuno occupait plusieurs fonctions chez L'Oréal, au sein du cabinet Bain & Company ainsi que chez Amazon UK, où il devient notamment responsable du pôle beauté luxe et grand public. Nuno Pinto Leite est titulaire d'un MBA de la London Business School.

A propos de PepsiCo :

Dans près de 200 pays, chaque jour, les produits PepsiCo sont consommés plus d'un milliard de fois. En 2022, le groupe a enregistré plus de 86 milliards de dollars en revenus annuels, grâce à un large portefeuille de produits alimentaires et de boissons qui comprend 23 marques, dont en France, Lay's, Doritos, Benenuts, Quaker, Pepsi, 7Up, Rockstar ou encore SodaStream. Chacune de ces marques génère un chiffre d'affaires annuel estimé à plus d'1 milliard de dollars.

Le projet Winning with pep+ (PepsiCo Positive) traduit la vision du groupe PepsiCo en tant que leader mondial des produits alimentaires et des boissons. Winning with pep+ place le développement durable et **le capital humain au centre de sa stratégie, afin de susciter un changement positif pour l'homme et la planète.**

Pour plus d'informations, rendez-vous sur www.pepsico.fr et sur les comptes [Twitter](#) et [LinkedIn](#).