



05 juin 2025

Volkswagen ID., partenaire électromobilité de l'UEFA EURO Féminin 2025™ : un engagement concret pour la mobilité durable et le sport féminin

- Volkswagen soutient le Championnat d'Europe féminin de football organisé par l'UEFA ainsi que sept équipes nationales engagées dans la compétition, dont l'Équipe de France féminine.
- Christine Wolburg, Chief Brand Officer de la marque Volkswagen : « Nous luttons en faveur de l'émancipation des femmes et de l'égalité des sexes dans le sport depuis de nombreuses années ».
- Le sponsoring a également pour vocation de mieux faire connaître les modèles de la gamme ID..

À l'occasion de l'UEFA EURO Féminin 2025™, qui se tiendra en Suisse du 2 au 27 juillet, Volkswagen ID., la gamme 100 % électrique de Volkswagen, devient partenaire électromobilité officiel de la compétition. Après avoir été partenaire mobilité de l'UEFA EURO 2020™ et de l'UEFA EURO féminin 2022™, Volkswagen est de retour dans le football international avec une ambition claire : promouvoir un sport plus accessible et une mobilité plus durable en y associant sa gamme de véhicules électriques Volkswagen ID.



Christine Wolburg, Chief Brand Officer de la marque Volkswagen : « Depuis de nombreuses années, nous soutenons activement le football féminin et les femmes qui jouent au football. Le sponsoring de l'Euro féminin organisé cet été témoigne de notre volonté de promouvoir le football féminin et de notre engagement en faveur de l'égalité hommes-femmes. »



<https://media.volkswagen.fr/>

Comme lors de la dernière compétition, le partenariat noué par Volkswagen poursuit un deuxième objectif : « Le sponsoring a également pour objet de présenter les modèles 100% électriques de la gamme ID. à l'échelle mondiale », a annoncé Christine Wolburg.

Une activation paneuropéenne au cœur du tournoi

Si Volkswagen est partenaire de l'édition 2025 de l'Euro féminin organisé par l'UEFA, le constructeur automobile soutient aussi sept des 16 équipes nationales en lice dans la compétition : l'Allemagne, la Suisse (le pays hôte), la France, les Pays-Bas, le Danemark, la Finlande et l'Italie. Dans cette perspective, les importateurs de Volkswagen et les fédérations nationales de football ont conclu des contrats de sponsoring. Volkswagen organisera également des événements sur d'autres marchés passionnés de football avant et pendant l'Euro.

Volkswagen déploie ainsi un programme d'activation ambitieux, autour de l'expérience de conduite en véhicule électrique :



Information médias

- Des véhicules ID, décorés aux couleurs des nations participantes seront visibles tout au long du tournoi, sur les routes et aux abords des stades, incarnant la diversité et l'unité du football européen.
- Une Fan Zone officielle à Berne proposera tout au long de l'événement une exposition de véhicules ID.4 et des animations interactives pour les supporters
- Le 2 juillet, jour du match d'ouverture, un grand rassemblement à Bâle réunira des créateurs de contenus venus de toute l'Europe : un temps fort de visibilité et de création collective.

Guy-Laurent Epstein, directeur marketing de l'UEFA, a déclaré : « L'UEFA est ravie de compter à nouveau Volkswagen parmi les sponsors officiels du Championnat d'Europe féminin de football. En renouvelant son soutien à la compétition, le constructeur automobile montre qu'il croit dans le potentiel et les qualités du football féminin. Le partenariat permettra d'organiser l'Euro dans les meilleures conditions, d'établir de nouveaux records, d'investir dans le développement du football féminin et d'ouvrir de nouvelles perspectives pour les femmes et les filles dans le sport, à tous les niveaux. »

Rendez-vous incontournable du football cet été, l'Euro féminin aura lieu dans huit villes hôtes en Suisse. La compétition devrait battre tous les records en matière d'affluence, d'investissements et de ferveur populaire.

Une activation française au plus près des fans et des Bleues

En lien avec son partenariat existant avec la Fédération Française de Football, Volkswagen France déploie une activation originale articulée autour de l'Équipe de France féminine pour célébrer l'avancée dans le football féminin ainsi que la mobilité électrique.

1. Une série de contenus vidéos humoristiques

Tournés lors du Media Day des Bleues, ces formats mettront en scène les joueuses sous un angle léger et complice, sous un format de jeu télévisé animé par l'humoriste Tareek pour créer l'attachement du grand public avant la compétition.

2. Un roadtrip en Volkswagen ID, à travers la France et la Suisse avec des influenceurs

Volkswagen relance sa plateforme de covoiturage développée avec la FFF via <https://covoiturage.fff.fr/roadtrip-euro-2025>. À partir du 5 juin, les fans pourront s'inscrire pour vivre un roadtrip unique vers les trois matchs de poule des Bleues en Suisse, aux côtés de trois personnalités très suivies :

- **Today It's Football** – duo de frères connus pour leurs vidéos mêlant foot et autodérision
- **Misha & Alex** - couple franco-bulgare reconnu pour ses aventures et son humour
- **Vanessa Le Moigne** – journaliste sportive particulièrement engagée pour la promotion du sport féminin

Chaque roadtrip embarquera des fans des Bleues dans une ambiance conviviale, ponctuée d'arrêts iconiques, défis ludiques, messages surprises des joueuses, découvertes culturelles helvètes, et goodies exclusifs. A la suite de ces covoitages, les fans et personnalités assisteront ensemble aux 3 matchs de poule des Bleues contre l'Angleterre (5 juillet), le Pays de Galles (9 juillet) et les Pays-Bas (13 juillet)



Des inscriptions ouvertes du 30 mai à mi-juin

Les inscriptions seront ouvertes à partir du 30 mai, date du match amical France – Suisse, jusqu'à mi-juin, exclusivement sur la plateforme : <https://covoiturage.fff.fr/roadtrip-euro-2025>

Un partenariat au service d'un football plus équitable et d'une mobilité plus durable

À travers l'activation de l'UEFA EURO Féminin 2025™, Volkswagen France réaffirme son engagement en vue de :

- Soutenir la pratique et la visibilité du sport féminin,
- Proposer une mobilité électrique accessible et conviviale,
- Fédérer le public autour d'expériences riches de sens et d'émotion.

La marque **Volkswagen Véhicules Particuliers** opère dans le monde entier. L'entreprise possède 28 sites de production, répartis dans 12 pays. En 2024, Volkswagen a livré près de 4,8 millions de véhicules. Les modèles de la marque les plus vendus sont les Polo, T-Roc, T-Cross, Golf, Tiguan ou Passat ainsi que tous les modèles 100 % électriques de la gamme ID. La marque Volkswagen compte un effectif de quelque 170 000 salariés dans le monde. Avec sa stratégie ACCELERATE, Volkswagen entend s'affirmer comme la marque de référence en matière de mobilité durable.
