



PEPSICO DEVIENT LE NOUVEAU SPONSOR DE L'UEFA CHAMPIONS LEAGUE

Le nouveau partenariat signé par l'un des leaders agroalimentaires met en avant sa passion de longue date pour le football.

9 juin, 2015 – Lay's, Gatorade et Pepsi MAX, les marques phares de PepsiCo, unissent leurs forces à l'UEFA Champions League, comme l'a annoncé aujourd'hui PepsiCo, au travers de son nouveau partenariat avec le prestigieux tournoi européen des clubs de football.

Le partenariat entre PepsiCo et l'UEFA Champions League débutera le 1^{er} juillet pour la nouvelle saison 2015/16. Lay's, Gatorade, et Pepsi MAX seront les principales marques partenaires du tournoi. PepsiCo intégrera également les marques Doritos, Lipton Ice Tea et 7UP dans le programme de sponsoring.

Ramon Laguarta, PepsiCo Europe CEO, a déclaré: « L'annonce d'aujourd'hui positionne la relation de long-terme de PepsiCo avec le football de haut-niveau à un autre échelon. L'UEFA Champions League est sans aucun doute l'une des compétitions de football les plus prestigieuses au monde, et avec plus d'un milliard de fans de football qui regardent les matchs chaque saison, ce nouveau partenariat offrira pour les deux partenaires des opportunités sans précédent. Nous sommes passionnés par le football et nous sommes impatients de pouvoir partager cette passion avec les fans de l'UEFA Champions League en Europe et à travers le monde. »

Il a ajouté: "Nos marques de boissons et d'épicerie associées à la renommée de l'UEFA Champions League forment une union parfaite. En joignant nos forces, nous pouvons créer de grandes occasions où familles et amis peuvent se rassembler pour passer un bon moment. Ensemble, nous allons porter l'association du football et du divertissement vers de nouveaux sommets. Les fans de l'UEFA Champions League peuvent s'attendre à de nouvelles expériences fantastiques proposées par les marques Lay's, Gatorade et Pepsi MAX, pour la prochaine saison 2015/16. Restez à l'écoute ! »

Sur ce partenariat, Guy-Laurent Epstein, UEFA Events SA Marketing Director, a déclaré: « Nous sommes ravis de pouvoir accueillir PepsiCo comme partenaire officiel de l'UEFA Champions League. PepsiCo est un partenaire mondial incontournable. Nous sommes ravis de pouvoir travailler avec eux en étroite collaboration sur l'engagement des fans à travers le monde grâce à des activations marketing innovantes, tout en bénéficiant de leur vaste expérience dans le domaine du divertissement, pour continuer de faire rayonner la marque UEFA Champions League.



La finale de l'UEFA Champions League est l'évènement sportif annuel le plus regardé au monde. La finale 2015 (6 juin) a été diffusée dans plus de 200 pays, touchant environ 400 millions de téléspectateurs, avec une moyenne attendu de 180 millions de téléspectateurs qui ont regardé le match en direct. Une saison, des matchs de qualification à la finale, comprend plus de 17 semaines de match avec 145 rencontres au total. La ligue offre pendant une saison plus de 110.000 heures de contenu télévisé avec une audience régionale et mondiale et 1,1 milliards de téléspectateurs uniques par match, diffusé en direct à travers le monde.

Parallèlement à sa passion de longue date pour le football, PepsiCo est également renommé pour ses contenus et ses programmes marketing engageant et avant-gardiste. Les autres partenaires sportifs de PepsiCo sont le National Basketball Association, le National Football League, le National Hockey League, le Major League Baseball, l'Indian Premier League et l'International Cricket Council.

###

Pour toute question spécifique, contactez:

H+K Strategies

Caroline Banoun

caroline.banoun@hkstrategies.com

01 41 05 44 34

À propos de PepsiCo

Les produits PepsiCo sont dégustés un milliard de fois par jour dans plus de 200 pays et régions du monde. En 2014, PepsiCo a enregistré un chiffre d'affaires net de plus de 66 milliards de dollars, grâce à son portefeuille de marques complémentaires d'alimentation et de boissons : Lays, Gatorade, Pepsi, Quaker et Tropicana, etc. Composé d'une large gamme de boissons et de produits alimentaires savoureux, le portefeuille de produits PepsiCo comporte notamment 22 marques phares générant chacune un chiffre d'affaires annuel estimé à plus d'1 milliard de dollars.

Au coeur de l'ADN de PepsiCo, le projet Performance With Purpose, la performance qui a du sens, nous conduit à générer des performances financières de premier ordre, tout en créant une croissance durable et de la valeur pour les actionnaires. Cela se traduit par : proposer une large gamme de boissons et de produits alimentaires plaisir et sains, réduire au maximum notre empreinte environnementale et nos coûts d'exploitation par l'innovation, offrir à nos collaborateurs un cadre de travail à la fois agréable et sécurisant, et enfin s'investir auprès des communautés locales au sein desquelles nous sommes présents, les soutenir et les respecter. Pour plus d'informations, rendez-vous sur www.pepsico.com.