



L'ÉQUIPE DE FOOTBALL PEPSI MAX® 2016 LANCE L'IDÉE DU CARTON BLEU

Les stars incontournables du ballon rond, Agüero, Rodríguez, Kompany, Sánchez et de Gea constituent la nouvelle équipe Pepsi MAX 2016 et fêtent le sport le plus populaire au monde autour de moments totalement fun et surprenants

Paris, 23 février 2016 – #MAXFOOTBALL – Pepsi MAX® alimente depuis longtemps la passion pour le football dans le monde entier et, fidèle à cette longue tradition, la marque a rendu publique aujourd'hui sa liste 2016 de joueurs vedettes. L'équipe Pepsi MAX, qui réunit des joueurs internationaux évoluant dans les meilleurs clubs, va déchaîner les passions tout au long de l'année avec une nouvelle campagne mondiale, le Carton bleu Pepsi MAX.

L'équipe de superstars choisie par Pepsi MAX est composée de l'attaquant argentin Sergio Agüero (Manchester City), du phénomène colombien James Rodríguez (Real Madrid), du capitaine de l'équipe de Belgique Vincent Kompany (Manchester City), du meilleur buteur chilien Alexis Sánchez (Arsenal) et du fantastique gardien espagnol David de Gea (Manchester United).

L'équipe internationale Pepsi MAX 2016 apparaîtra dans une campagne de marketing intégrée, articulée autour d'un film publicitaire conçu pour le monde entier et diffusé pour la première fois aujourd'hui : deux livreurs qui ne se doutaient de rien ont la surprise de leur vie, quand un match de foot s'improvise de façon totalement inattendue avec les joueurs de l'équipe Pepsi MAX, donnant ainsi vie à l'idée du Carton bleu.

« L'idée du Carton bleu Pepsi MAX est de neutraliser l'ennui et de laisser libre cours à des moments fun et complètement inattendus », déclare Carla Hassan, Senior Vice President, Directrice de la marque au niveau mondial, au sein de Pepsico. « Généralement, les cartons jaune et rouge arrêtent le match un moment, mais le Carton bleu Pepsi MAX indique au contraire que le jeu va devenir passionnant. C'est le coup d'envoi rêvé pour le début d'année de notre marque emblématique ».

Le programme 2016 poursuit sur la lancée d'un magnifique succès : Pepsi MAX, Lay's et Gatorade, les marques phares de Pepsico, sont maintenant sponsors officiels de la prestigieuse UEFA Champions League.

Alors que débutent les phases finales de ce tournoi mythique, Pepsi MAX lance son programme « Maximum Football » dans toute l'Europe de l'Ouest. Cette initiative est notamment déclinée sous la forme d'une nouvelle application de réalité augmentée Pepsi MAX, qui offre la possibilité aux supporters de gagner des prix comme des billets pour les quarts de finale et les



demi-finales, ou encore un voyage pour assister à la finale de l'UEFA Champions League le 28 mai à Milan. L'application pourra être téléchargée sur iOS et Android dès le 1^{er} mars, et les supporters pourront l'utiliser pour scanner des émoticônes sur le thème du football, qu'ils trouveront sur les bouteilles et les canettes Pepsi MAX en série limitée, puis ils pourront entrer dans l'univers virtuel de la réalité augmentée et découvrir s'ils ont gagné ? sont gagnants.

Les déclarations des joueurs :

Sergio Agüero (Manchester City) : « Je suis emballé d'être à nouveau partenaire de Pepsi, et vraiment ravi d'avoir été sélectionné dans l'équipe mondiale 2016. J'ai hâte de faire équipe toute l'année avec Vincent, James, Alexis et David, pour offrir des moments fun et surprenants aux fans de foot du monde entier. »

James Rodríguez (Real Madrid) : « Je suis fier de faire partie de la sélection mondiale des footballeurs Pepsi en 2016. Collaborer avec la marque l'année dernière a été une expérience géniale pour moi, et j'attends avec impatience de rejoindre l'équipe Pepsi cette année, pour proposer des moments inédits passionnants aux fans de foot du monde entier. »

Vincent Kompany (Manchester City) : « C'est vraiment un honneur d'être à nouveau partenaire de Pepsi. Toute cette campagne parle de fun, et du petit grain de folie qui peut venir pimenter la vie ?. Quand vous sortez le Carton bleu Pepsi, tout change ; et de nos jours, je crois qu'on a tous besoin de ça. »

Alexis Sánchez (Arsenal) : « Parmi les marques associées à notre merveilleux sport, Pepsi est l'une des plus facilement identifiables et c'est vraiment extraordinaire de faire partie cette année de leur sélection mondiale de footballeurs. »

David de Gea (Manchester United) : « Je suis ravi de rejoindre l'équipe Pepsi pour la première fois cette année. J'ai toujours été emballé par ce que la marque apporte à notre sport et aux supporters, sur le terrain ou en dehors, et j'ai vraiment hâte de participer moi aussi. »

Voici le lien pour visionner la video "Blue Card"

<https://www.youtube.com/watch?v=C-FHnnRYYKc&feature=youtu.be>

###

Contacts presse : agence Hill+Knowlton Strategies

Caroline Banoun – 01 41 05 44 34 – caroline.banoun@hkstrategies.com

Morgane Casal – 01 41 05 44 32 – morgane.casal@hkstrategies.com

Clémence Wetzel – 01 41 05 44 22 – clemence.wetzel@hkstrategies.com



À propos de Pepsico

Les produits Pepsico sont savourés un milliard de fois par jour dans plus de 200 pays répartis dans le monde entier. Pepsico a réalisé un chiffre d'affaires de 66 milliards de dollars en 2014, généré par un portefeuille de marques complémentaires de produits alimentaires et de boissons, qui comprend entre autres Frito-Lay, Gatorade, Pepsi-Cola, Quaker et Tropicana. Le portefeuille de produits de PepsiCo est constitué d'une large gamme de boissons et de produits alimentaires savoureux, où l'on trouve 22 marques réalisant chacune chaque année plus de 1 milliard de dollars de chiffres d'affaires (en sorties caisses). « Performance with Purpose », la performance avec du sens, est au cœur de ce que recherche Pepsico : afficher des performances financières dignes des tout meilleurs, construire une croissance durable et créer de la valeur pour les actionnaires. En pratique, « Performance with Purpose » signifie commercialiser une large gamme de produits alimentaires et de boissons, allant des friandises aux aliments les plus sains ; trouver des moyens innovants de minimiser notre impact sur l'environnement et de réduire nos coûts d'exploitation ; offrir un cadre de travail sûr et complet à nos salariés du monde entier ; et investir dans les communautés où nous sommes présents, les respecter et les soutenir. Pour plus d'informations, rendez-vous sur www.pepsico.com.