

PEPSICO FRANCE, PARTENAIRE EXPERIENCE DE LA U ARENA, LA PLUS GRANDE SALLE DE SPECTACLES ET DE SPORT D'EUROPE

Le 19 octobre 2017 – À l'occasion de l'ouverture de la U Arena le 19 octobre, PepsiCo France dévoile son partenariat avec la salle de spectacles et de sport la plus moderne et la plus grande d'Europe. Située au cœur de Paris La Défense, elle offre une capacité d'accueil allant jusqu'à 40 000 spectateurs. Avant-gardiste, PepsiCo France est un partenaire de premier plan et disposera d'une visibilité forte pour ses marques et ses produits avec des espaces dédiés.

A la croisée de la salle de spectacle et de l'enceinte sportive ultra-moderne, la U Arena est le lieu d'une expérience nouvelle et unique au monde. Conçue par l'architecte français Christian de Portzamparc, la U Arena a été pensée pour révolutionner l'univers du sport et du spectacle, plongeant les spectateurs au cœur d'une expérience immersive alliant images, sons et lumières sous toutes les formes.

Bruno Thévenin, Directeur Général de PepsiCo France déclare : *« Nous sommes très fiers de nous associer durablement et d'être un partenaire majeur de ce dispositif unique qu'est la U Arena. PepsiCo collabore depuis de nombreuses années avec les plus grandes manifestations sportives et musicales, comme l'UEFA Champions League ou Roland Garros. Ce projet est, en effet, parfaitement en phase avec notre volonté de rapprocher nos marques des lieux de vie et d'expérience de nos consommateurs tout en renforçant notre présence dans le Grand Paris ».*

Des espaces uniques aux couleurs de PepsiCo

Partenaire expérience de ce nouvel écrin, PepsiCo France se dote d'une vitrine exceptionnelle pour ses marques et ses produits. Le Groupe disposera d'un *lounge* ainsi que de plusieurs points de vente aux couleurs de ses marques *Pepsi* et *Doritos*, des lieux pour lesquels PepsiCo a requis l'expertise de son Design Center afin de proposer aux spectateurs une expérience inédite et mémorable.

Matthieu Aquino, Vice Président Global Beverage Design & Brand Experience chez PepsiCo, affirme: « *Dès l'origine du projet, nous avons eu à cœur de relever le défi de ce nouvel espace unique en Europe. Notre analyse, réalisée à partir d'une étude approfondie des expériences qui accompagnent le spectateur, vise à offrir un parcours inoubliable grâce au design de nos espaces, alliant innovation, modernité et confort* ».

Des équipements inédits et des services à la pointe de la technologie

Afin d'immerger les spectateurs dans l'univers inédit de la U Arena, PepsiCo France diffusera avant chaque show des films événementiels dans un format original. Pour cela, PepsiCo France s'est associé aux meilleurs : le prestigieux studio Moments Factory, connu pour la production d'événements de premier plan tels que les concerts de Madonna ou du groupe Muse, mais aussi les matchs de la NBA et du SuperBowl.

Lorsque la U Arena sera configurée en mode sport, pour les matchs du Racing 92 notamment, la marque Pepsi Max prendra possession de l'intégralité de l'enceinte pour une expérience hors du commun : « *Diffuser une véritable animation sur une pelouse de 4 000m² c'est du jamais vu ! Cela risque d'en surprendre plus d'un...* » commente Matthieu Aquino. Par ailleurs, deux écrans latéraux de 160m² chacun permettront de diffuser un film dédié à l'univers décalé de la marque Doritos, avant chaque spectacle.

De plus, la U Arena optimise l'expérience des spectateurs en proposant une interface numérique géolocalisée inédite, offrant notamment l'ensemble de la gamme PepsiCo disponible dans l'enceinte. Cette plateforme permet aux consommateurs de passer commande en ligne depuis leur place et d'aller retirer leurs consommations aux espaces de vente.

L'ouverture officielle de la U Arena est prévue le 19 octobre avec trois concerts des Rolling Stones et le lieu a vocation à accueillir l'année prochaine les plus grands artistes français et internationaux. L'enceinte permet enfin de donner une nouvelle dimension aux événements sportifs, notamment aux matchs du Racing 92. Le contrat de partenariat qui inclut également la présence de PepsiCo sur les supports promotionnels et la billetterie, est prévu pour une période initiale de 5 ans.



À propos de PepsiCo France :

PepsiCo France propose un large portefeuille de boissons et de produits alimentaires qui compte des marques de renommée mondiale, comme *Tropicana*, *Lipton Ice Tea*, *Pepsi*, *Bénédicts*, *Quaker*, *Lay's* ou *Doritos* etc. La croissance de la filiale française de PepsiCo repose sur près de 620 collaborateurs qui avec passion, offrent aux consommateurs des produits d'une très grande qualité.

Au cœur de PepsiCo se trouve le projet « *Performance With Purpose* », notre vision pour réaliser des performances à long terme en intégrant la notion de durabilité dans notre stratégie commerciale, laissant ainsi une empreinte positive sur la société et l'environnement. Cette conviction nous conduit à proposer une gamme de boissons et de produits alimentaires alliant plaisir et bien-être, réduire au maximum notre impact environnemental et enfin s'investir auprès de nos collaborateurs et des communautés locales.

À propos de l'U Arena :

Plus grande salle de spectacle d'Europe avec 55 000 m², 32 000 places en format rugby et 40 000 places pour les spectacles, la U Arena ouvrira ses portes avec trois concerts des mythiques Rolling Stones, les 19, 22 et 25 octobre.

Pour plus d'informations, rendez-vous dès maintenant sur le site internet www.uarena.com et sur les réseaux sociaux @UarenaOfficiel.