



**PEINDRE LE MONDE EN BLEU :
PEPSI MAX® AIME ET VIT LE FOOTBALL
AVEC LA CAMPAGNE MONDIALE 2018**

- Une nouvelle publicité télévisée mondiale amène le football et ses stars dans la rue
- Une photographie emblématique + une œuvre d'art localisée raconte une histoire personnelle au sujet des meilleurs joueurs du monde, notamment l'ambassadeur historique de Pepsi MAX®, Leo Messi

Paris, 13 mars 2018 - #LOVEITLIVEIT¹- Tout au long de l'histoire, Pepsi MAX® a apporté de la joie à chaque génération en offrant aux consommateurs le meilleur du divertissement, faisant de la marque une icône de la culture pop. Alors que le sport le plus populaire éveille les passions à travers le monde, Pepsi MAX® annonce aujourd'hui sa campagne mondiale 2018 "**LOVE IT. LIVE IT. FOOTBALL**"². Avec un large contenu développé autour des joueurs les plus célèbres pour partager leurs expériences et moments de football inattendus, Pepsi MAX offrira encore plus de moments à vivre tout au long de l'année.

« Pepsi MAX® est connu pour s'associer aux héros et aux jeunes espoirs emblématiques du football, de manière toujours surprenante et divertissante, en dévoilant en exclusivité aux fans des facettes méconnues des joueurs qu'ils adulent », déclare Natalia Filippociants, Senior Marketing Director, Global Pepsi Trademark, Global Beverage Group, PepsiCo. « L'amour du jeu est ce qui relie étroitement l'expérience du football à notre marque emblématique, aux joueurs et à l'ensemble de nos consommateurs à travers le monde. Cette année, nous aimerons et vivrons le jeu comme jamais auparavant ».

¹ #AIMELEVISLE

² « AIME LE. VIS LE. FOOTBALL »



La campagne 2018 à 360 degrés "**LOVE IT. LIVE IT. FOOTBALL**"² connecte l'art et le sport pour donner vie au football – sur et hors du terrain – grâce à une vision unique et dynamique du sport et à notre sélection de talents du football professionnel d'envergure mondiale :

- **Leo Messi**, désigné cinq fois meilleur joueur de l'année et vainqueur à quatre reprises de la Ligue des Champions de l'UEFA
- **Marcelo**, défenseur brésilien de renommée internationale et vainqueur, deux années de suite, de la Ligue des Champions de l'UEFA
- **Toni Kroos**, milieu de terrain allemand, trois fois vainqueur de la Ligue des Champions de l'UEFA
- **Carli Lloyd**, meneuse de jeu américaine désignée meilleure joueuse de l'année à deux reprises
- **Dele Alli**, étoile montante du football anglais ayant déjà remporté deux fois le titre de meilleur jeune joueur de l'année

Une promotion TV inédite

Diffusée à l'occasion du partenariat officiel de la marque avec la Ligue des Champions de l'UEFA, le [spot publicitaire TV](#) "**LOVE IT. LIVE IT. FOOTBALL**"² montre cinq des meilleurs joueurs du monde dans la rue pour un match riche en action et en énergie avec des fans – et des balles remplies de peinture. L'équipe internationale constituée des champions de Pepsi MAX® 2018 – **Leo Messi, Marcelo, Toni Kroos, Carli Lloyd et Dele Alli** – démontrent leur habileté et leur agilité alors qu'ils courent à travers la foule animée pour éviter les balles de peinture venant de toutes les directions. L'énergie et l'excitation sont palpables, à mesure que les gens décident de partager ce moment en rejoignant le jeu et en encourageant les joueurs.

En créant un tournant inattendu dans le jeu et en invitant le public à jouer, Pepsi MAX® offre une fois de plus aux fans une toute nouvelle façon de découvrir le jeu qu'ils aiment. « *Light it Up (incl. Nyla & Fuse ODG) (Remix)* » par Major Lazer rythme la bande sonore.



L'art du football

Que ce soit la présence couplée au charisme redoutable de Messi sur le terrain ou le jeu robuste de Marcelo, chaque athlète possède un attribut unique auquel Pepsi MAX® donne vie à travers une série de portraits audacieux en noir et blanc, réalisés par le célèbre photographe **Danny Clinch**.

Les photographies de Clinch – qui saisissent l'esprit, le caractère et l'énergie de chaque membre de l'équipe Pepsi MAX® – servent de toile de fond aux superpositions artistiques extrêmement personnelles créées par des artistes des pays d'origine des athlètes. Diego Jimenez (alias DIYE) (Argentine), Bicicleta Sem Freio (Brésil), Dennis Schuster (alias DXTR) (Allemagne), Kim Sielbeck (US) et Iain Macarthur (UK) ont conçu leurs propres interprétations graphiques de l'histoire de chaque joueur.

- Messi x Danny Clinch x DIYE : DIYE a créé une métaphore visuelle, le Lion, pour représenter Messi sur et hors du terrain : un meneur de jeu explosif et le roi incontesté du ballon rond, portant un héritage remarquable.
- Marcelo x Danny Clinch x Bicicleta : l'énergie et l'impact qui se dégage de l'œuvre de ce duo artistique vont de paire avec le cœur et l'âme de Marcelo, avec la présence de divers éléments de l'histoire évoquant les centres d'intérêts du joueur, de sa ville natale à son dévouement envers sa famille et le football.
- Kroos x Danny Clinch x DXTR : des illustrations amusantes dépeignent Kroos comme le « maestro » – un leader sur le terrain orchestrant un jeu magistral avec une finesse incroyable.
- Dele x Danny Clinch x Iain : soulignant le sens aigu de Dele pour la mode, les formes et les motifs créent du mouvement, reflétant sa personnalité et son jeu imprévisible et audacieux.

Ces diverses interprétations graphiques seront disponibles à partir de mi-avril en édition limitée sur les canettes 33cl et sur les bouteilles 50cl de Pepsi® et de Pepsi Max®.



- ### -

POUR PLUS D'INFORMATIONS, VEUILLEZ CONTACTER :

We Agency

Aymeric Staub : aymeric.staub@we-agency.fr

Laetitia Abbar : laetitia.abbar@we-agency.fr

À propos de PepsiCo

Les produits PepsiCo sont consommés un milliard de fois par jour dans plus de 200 pays et régions du monde. PepsiCo a enregistré un chiffre d'affaires net d'environ 63 milliards de dollars en 2016, grâce à son portefeuille de marques complémentaires d'épicerie et de boissons : Frito-Lay, Gatorade, Pepsi-Cola, Quaker ou Tropicana, etc. Composé d'une large gamme de boissons et de produits d'épicerie 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 cœur de PepsiCo se trouve le projet *Performance with Purpose*, notre profonde conviction que la performance de l'entreprise est intimement liée à la durabilité du monde dans lequel nous évoluons. L'amélioration continue de notre portefeuille, le respect de l'environnement, l'accompagnement au développement des populations, est ce qui permet à PepsiCo d'être une entreprise mondiale performante qui crée de la valeur à long terme pour la société et pour nos actionnaires. Pour plus d'informations, rendez-vous sur www.pepsico.com.