



PEPSICO PROLONGE SON PARTENARIAT MONDIAL AVEC LA LIGUE DES CHAMPIONS DE L'UEFA

Pepsi®, Lay's et Gatorade feront partie de l'équipe d'élite de l'UEFA jusqu'en 2021

PURCHASE, NEW YORK, le 8 février 2018 – PepsiCo vient d'annoncer la prolongation de son partenariat avec la prestigieuse Ligue des champions de l'UEFA pour trois années supplémentaires. Six des marques de renommée internationale de PepsiCo parraineront la compétition jusqu'à la finale de la Ligue des champions de l'UEFA 2021, sous la marque déposée Pepsi®, avec en figures de proue Pepsi MAX®, Lay's et Gatorade.

Depuis que PepsiCo est devenu partenaire officiel de l'UEFA en 2015, le Groupe met tout en œuvre pour renforcer le lien qui unit les supporters et les athlètes dans leur passion commune pour le ballon rond. Grâce à la notoriété combinée de la Ligue des champions de l'UEFA et des marques emblématiques de PepsiCo, de nombreux événements, aux retombées exceptionnelles, ont été organisés dans plus de 100 pays à travers le monde : de la campagne « Lay's United », mettant en scène Leo Messi, au formidable tournoi Gatorade 5v5 qui incite les jeunes footballeurs du monde entier à se dépasser et dont l'ambassadeur était également Leo Messi. Pour donner le coup d'envoi de son programme footballistique de l'année 2018, Pepsi vient de dévoiler la liste des stars du ballon rond qui composent sa nouvelle équipe : Leo Messi, Marcelo, Toni Kroos, Carli Lloyd et Dele Alli.

Dans le cadre du renouvellement de leur partenariat, PepsiCo et l'UEFA continueront à concentrer leurs efforts sur la cérémonie d'ouverture de la finale de la Ligue des champions de l'UEFA présentée par Pepsi. En effet, depuis la création de cette cérémonie en 2016, événement sportif le plus regardé au monde chaque année, Pepsi organise, juste avant le coup d'envoi du match, un concert exceptionnel pour la plus grande joie des supporters.

En outre, Lay's poursuivra sa collaboration avec la Fondation *UEFA Pour L'Enfance* qui a permis, l'an dernier, la construction d'un terrain de football en gazon synthétique dans le camp de réfugiés de Za'atari, en Jordanie. Ainsi, elle a offert la possibilité à ses résidents de jouer et d'assister à des matchs de leur sport favori en toute sécurité, grâce à des infrastructures de qualité.

À propos du renouvellement de ce partenariat, **Ramon Laguarta, président de PepsiCo**, déclare : « PepsiCo partage une longue histoire avec le football, c'est pourquoi nous sommes ravis de renouveler notre partenariat avec la Ligue des champions de l'UEFA. Au cours des trois dernières années, cette étroite collaboration a été des plus enrichissantes et nous restons déterminés à offrir le meilleur du football aux millions de supporters à travers le monde. »



Guy-Laurent Epstein, directeur marketing d'UEFA Events SA, de son côté, déclare :
« Depuis qu'ils ont rejoint la famille des partenaires de la Ligue des champions de l'UEFA en 2015, PepsiCo et ses marques ont grandement contribué à la promotion de la compétition à l'international et nous nous réjouissons de poursuivre cette excellente coopération pour la période 2018-2021. De ses activités numériques innovantes aux promotions sur ses emballages, offrant à notre tournoi une formidable visibilité dans plus d'une centaine de pays, PepsiCo est le partenaire idéal de l'UEFA pour susciter l'intérêt du public et mieux faire connaître la Ligue des champions dans le monde entier. La cérémonie d'ouverture de la finale de la Ligue des champions de l'UEFA, organisée par Pepsi, a permis d'attirer un nouveau public et nous sommes impatients d'assister au magnifique spectacle qui se tiendra, cette année, à Kiev. »

Les marques Pepsi, Lay's, Gatorade, Doritos, 7UP® et Ruffles font partie de ce partenariat qui deviendra effectif à compter des matchs à élimination directe de la saison 2018, dans les semaines à venir.

- FIN -

À propos de PepsiCo

Les produits PepsiCo sont dégustés 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.