



LEO MESSI ET MOHAMED SALAH PRÊTS À TOUT POUR UN PEPSI MAX®

**#FORTHELOVEOFIT : la nouvelle campagne PEPSI MAX UEFA 2019
dévoilée en avant-première**

Paris, France, 12 février 2019 - Pepsi MAX® présente en avant-première sa campagne mondiale composée d'une nouvelle plate-forme et d'un slogan, PEPSI, FOR THE LOVE OF IT¹. Né de la passion de la marque pour le football depuis des décennies, ce nouveau slogan FOR THE LOVE OF IT illustre la volonté de Pepsi d'encourager les gens à se lancer à fond dans ce qu'ils aiment. La campagne de cette année célèbre le partenariat actuel avec l'UEFA Champions League et voit s'affronter pour la première fois deux des meilleurs footballeurs au monde, dans un style propre à Pepsi MAX.

La création originale de cette année « [Last Can Standing](#) » (*La dernière canette debout*), met en scène **Leo Messi**, quadruple vainqueur de l'UEFA Champions League et meilleur buteur, et le « Roi égyptien », **Mohamed Salah**. Les deux attaquants emblématiques s'affrontent dans un duel ludique empreint de techniques pour Pepsi Max, une boisson pleine de saveurs. Alors que les deux compères s'arrêtent dans une station-service isolée, ils s'aperçoivent qu'il ne reste qu'une canette de Pepsi MAX dans le réfrigérateur. S'en suit alors une compétition de tirs et de jongles, pour obtenir la boisson tant convoitée.

« *C'était très amusant de tourner la publicité de cette année avec Pepsi - c'est un concept qui met l'accent sur le plaisir et le football. J'espère que cette nouvelle campagne continuera d'encourager les fans de football à vivre à fond leur passion et leur amour de ce sport* », a déclaré **Leo Messi**.

¹ For the love of it : « parce qu'on l'adore »



« Je suis très heureux de voir le partenariat avec Pepsi devenir mondial et je suis ravi de ce qui nous attend », a déclaré **Mohamed Salah**.

Dès aujourd'hui et jusqu'à la finale de l'UEFA Champions League à Madrid, 65 pays du monde entier déploieront l'ensemble de la campagne créée cette année pour les marques Pepsi et Pepsi MAX, comprenant des contenus exclusifs mais également des emballages conçus par des designers pour les points de vente et en hors-domicile. Pendant le tournage de la campagne 2019, Pepsi MAX a capturé des moments incroyables en coulisses avec [Messi](#) et [Salah](#). Comme on pouvait s'y attendre, les pieds de ces athlètes ne sont jamais très loin d'un ballon et Pepsi MAX a fait en sorte que les caméras tournent en permanence pour immortaliser leurs talents incomparables.

« Chaque année, Pepsi divertit les fans de football et présente les héros de ce jeu de manière surprenante et inattendue », a déclaré **Natalia Filippociants, vice-présidente du marketing, Global Beverages, PepsiCo**. « La nouvelle plate-forme *FOR THE LOVE OF IT* est notre cri de ralliement et connecte toutes nos actions. En tant que marque, nous aimons et exploitons la passion de nos fans pour le football depuis des décennies. La campagne de cette année prouve que les fans adorent l'imprévu dans le jeu ; elle rassemble autour de ce sport, des joueurs emblématiques et une boisson pleine de saveurs. »

Pepsi MAX est fier d'être partenaire de l'UEFA Champions League. En France, des animations dégustation en point de vente vont être organisées en grande distribution et en hors domicile. Leo Messi sera également mis en avant sur des canettes en édition limitée d'avril à juillet 2019.

Suivez le hashtag **#FORTHELOVEOFIT**.

POUR TOUTE DEMANDE PRESSE :

Laure de Chastellux – laure.dechastellux@we-agency.fr

Marie Broulou – marie.broulou@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 2017, grâce à son portefeuille de marques complémentaires d'épicerie et de boissons : Frito-Lay, Gatorade, Pepsi-Cola, Quaker et Tropicana. 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.