

PEPSI LANCEERT LIMITED EDITION BLIKJES MET 'S WERELDS FAVORIETE VOETBALHELDEN...

En creëert samen met Calvin Harris het ultieme dance anthem "Let's Go"

Zaventem 20 maart 2012 – Pepsi kondigt vandaag aan dat de nieuwe single "Let's Go" van Calvin Harris featuring Ne-Yo de soundtrack wordt van haar globale 2012 "Kick In The Mix" Campagne. Pepsihelden Lionel Messi, Didier Drogba, Fernando Torres, Frank Lampard, Jack Wilshere en Sergio 'Kun' Agüero kregen niet alleen de hoofdrol in de wereldwijde spot maar zijn bovendien binnenkort in België te vinden op speciaal ontworpen "voetbal" blikjes van Pepsi Regular, Max en Max Cool Lemon. Deze Limited Edition blikjes zijn van 10 april tot eind augustus 2012 beschikbaar. Pepsi en het chipsmerk Lay's lanceren daarnaast ook hét gadget van 2012: een Messi t-shirt waarmee je de wereldberoemde "Messi-Move" in de huiskamer kan uitvoeren. Wil je meer weten over "Let's Go" en de "Kick In The Mix" stunts van Pepsi?

Surf naar facebook.com/PepsiBelgium en volg alle updates.

"Let's go" van Pepsi en Calvin Harris.

Pepsi kondigt vandaag aan dat de nieuwe song "Let's go" van de internationaal bekende DJ, producer en hitmaker, Calvin Harris samen met Ne-Yo de soundtrack wordt van de wereldwijde muziek- en voetbalactivatie "Kick In The Mix". Jan Verlinden, Marketing Director van PepsiCo BeLux, licht deze primeur toe: "Pepsi werkt al decennia samen met de grootste artiesten. Het feit dat Calvin Harris dit nieuwe dance anthem voor onze "Kick In The Mix" campagne creëerde, is voor Pepsi opnieuw een geweldig momentum rond voetbal en muziek." In april gaat Pepsi in België haar fans regelmatig online en offline verrassen m.b.t. de "Kick In The Mix" activiteiten op facebook.com/PepsiBelgium.

Scor met de Pepsi "Kick in the Mix" Limited Edition blikjes.

Als onderdeel van deze "Kick In The Mix" activatie, lanceert het colamerk een reeks Limited Edition blikjes met de zes Pepsi-gezichten Lionel Messi, Didier Drogba, Fernando Torres, Frank Lampard, Jack Wilshere en Sergio 'Kun' Agüero. Voetbalfans kunnen deze blikjes binnenkort slechts tijdelijk "scoren" in de Belgische Pepsi winkelpunten. De tijdelijke voetballook verschijnt op de Pepsi blikjes (Regular, Max en Max Cool Lemon) van 10 april tot eind augustus dit jaar.



"Do The Messi-Move" met een speciaal Messi t-shirt van Pepsi & Lay's.

Lionel Messi werkt al vijf jaar met Pepsi samen en is altijd wel in voor een grapje. Hij heeft zo de gewoonte zijn voetbalshirt over zijn hoofd te trekken wanneer hij scoort, wat voor uitbundige en leuke voetbalbeelden zorgt. En laat dat nu nét iets zijn wat Pepsi met jou wil doen. Bij aankoop van Pepsi & Lay's producten, krijg je het unieke "Messi" t-shirt. De afbeelding van Messi wordt pas zichtbaar als jij zelf de "Messi-Move" doet! Wordt dit t-shirt het gadget van 2012? Wij denken het wel! Wil je meer weten over de "Kick In The Mix" stunts? Surf naar facebook.com/PepsiBelgium en volg alle updates.



* In de hypermarkten geven Pepsi en Lay's een gratis Messi t-shirt weg bij aankoop van producten van Lay's en Pepsi ter waarde van 15€.
Het mechanisme is afhankelijk van retailer. Zo zal bijvoorbeeld de consument die 3 PepsiCo producten koopt in de Belgische supermarkten een gratis Messi glas krijgen.

Noot voor de redactie (niet bestemd voor publicatie) :

Het dossier, beeldmateriaal en video's zijn beschikbaar via **bebble.be**



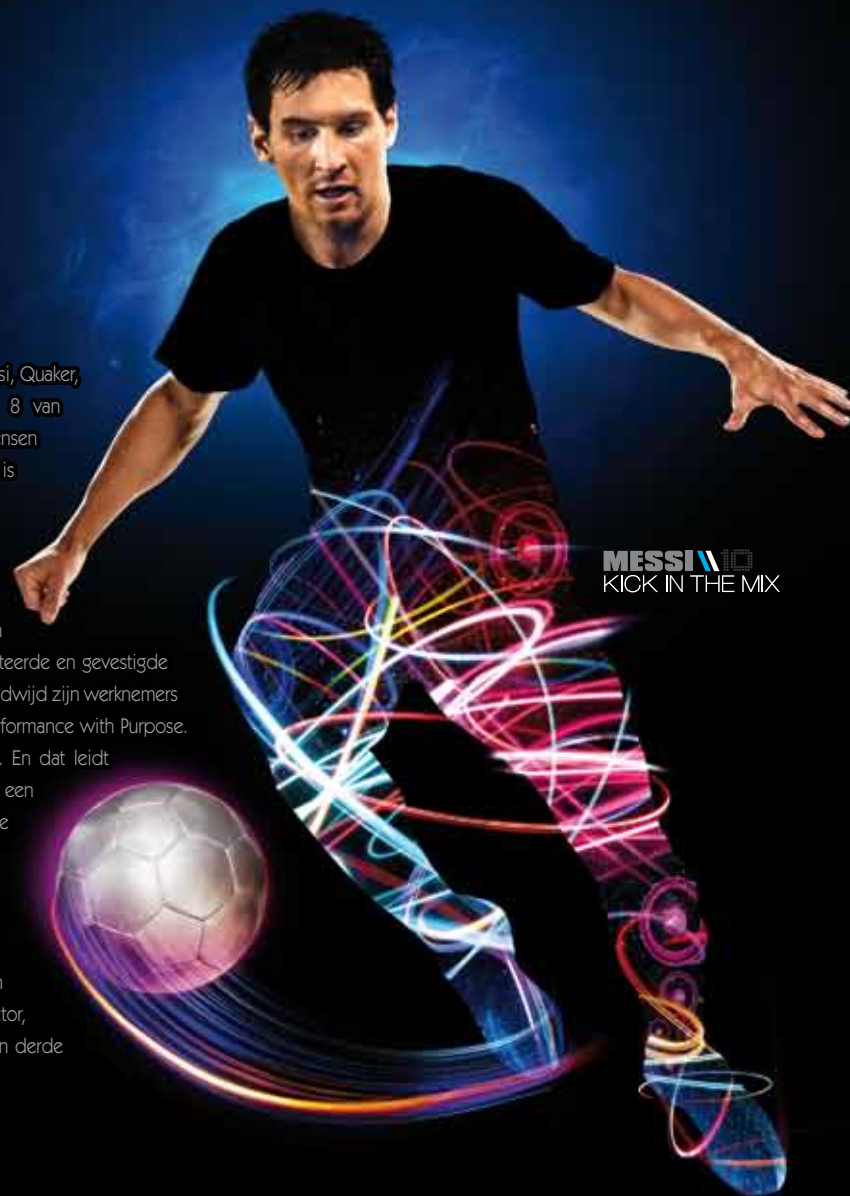
Heeft u specifieke vragen, neem contact op met :

Bebble PR, Ilse Lambrechts / Tel: 0476 98 11 55 / Email : ilse@bebble.be



Over PepsiCo Belux :

Met bekende sterke merken als 7UP, Alvalle, Doritos, Duyvis, Lay's, Looza, Pepsi, Quaker, Snack a Jacks, Smiths en Tropicana staat PepsiCo Belux in de Top 8 van voedingsmiddelenbedrijven. In België zijn er voor PepsiCo Belux bijna 900 mensen werkzaam in drie vestigingen waarvan twee fabrieken. PepsiCo Belux is onderdeel van PepsiCo (PEP, NYSE). PepsiCo biedt 's werelds grootste miljardenportfolio van merken in voedingsmiddelen en dranken. Deze zijn ondergebracht in 19 verschillende productlijnen die elk een retailomzet van meer dan 1 miljard dollar per jaar genereren. Onze hoofdbedrijven – Quaker, Tropicana, Gatorade, Frito-Lay en Pepsi Cola – maken ook honderden andere smaakvolle voedingsmiddelen en dranken met wereldwijd gerespecteerde en gevestigde namen. De netto-opbrengst van de groep bedraagt ca. 60 miljard dollar. Wereldwijd zijn werknemers van PepsiCo verbonden door een gezamenlijke visie op duurzame groei, Performance with Purpose. Daartoe investeren we in een gezonde toekomst voor mens en omgeving. En dat leidt volgens ons ook tot een succesvollere toekomst voor PepsiCo. Wij bieden een breed scala voedingsmiddelen en dranken dat is aangepast aan de lokale smaak; wij beperken onze milieu-impact zo veel mogelijk door innovatie, energie- en waterbesparing en minimaal gebruik van verpakkingen; wij bieden onze medewerkers een prettige werkomgeving en wij respecteren en ondersteunen de lokale gemeenschappen waarin we actief zijn, ook in de vorm van investeringen. PepsiCo heeft sinds dit jaar de nummer één positie in de Dow Jones Sustainability Index (DJSI) in de Food and Beverage Supersector, binnen de drankensector bekleedt PepsiCo de nummer één positie voor een derde opeenvolgend jaar. Meer informatie vindt u op www.pepsico.com.



MESSI
KICK IN THE MIX

De "Kick In The Mix" Limited Edition blikjes zijn in de gebruikelijke verkoopskanalen van Pepsi verkrijgbaar vanaf 10 april tot eind augustus 2012.