



**PEPSI'S INTERNATIONALE VOETBALSTERREN "KICK IN THE MIX" AAN DE ZIJDE  
VAN GERENOMMEERD DJ CALVIN HARRIS VOOR PEPSI'S WERELDWIJDE  
VOETBALCAMPAGNE 2012**

*Drievoudig "Wereldspeler van het jaar" Messi, Drogba, Lampard en Torres spelen samen met Pepsi's jongste aanwinsten Jack Wilshere, Sergio 'Kun' Agüero en Calvin Harris een centrale rol in de nieuwe muzikale Pepsi-campagne*

Zaventem 21 februari 2012 - Pepsi kondigde vandaag de lancering aan van zijn gloednieuwe, muzikale campagne "Kick In The Mix", waarin de wereld van de muziek en het voetbal elkaar ontmoeten wanneer Pepsi's wereldsterren hun moves op ongeziene wijze buiten het stadion demonstreren. Het Pepsi-team met drievoudig 'FIFA Wereldspeler van het jaar' Leo Messi, Didier Drogba, Fernando Torres en Frank Lampard wordt uitgebreid met twee van de meest beloftevolle jonge voetballers ter wereld, Jack Wilshere en Sergio 'Kun' Agüero, als gezichten voor de campagne van 2012. Een belangrijke rol is ook weggelegd voor de internationaal bekende DJ, producer en hitmaker, Calvin Harris, die instaat voor de soundtrack en de muzikale leiding van de campagne. Ook in België gaat deze campagne uitgerold worden via activiteiten en andere leuke projecten tijdens de volgende maanden. Meer weten? Surf naar [facebook.com/PepsiBelgium](https://facebook.com/PepsiBelgium) en blijf op de hoogte van de Pepsi "Kick In The Mix" campagne!

**Pepsi op het ritme van voetbal met de passie van muziek**

De nieuwe, veelzijdige campagne combineert de snelheid, de flair en het tempo van het voetbal met de energie, het ritme en de passie van de muziek. Onderdeel van de campagne is een gloednieuwe tv-spot, waarin je de voetballers ziet op een heel ander terrein en in een heel andere toonaard dan ze gewend zijn. Pepsi brengt de spelers van de juichende menigte van het stadion over naar een nieuwe, opwindende voetbalomgeving op een strandfestival waar de muziek en de menigte de controle over het spel nemen. **Lionel Messi** die al voor het vijfde jaar een samenwerking heeft met Pepsi, legt uit: "Pepsi heeft altijd in het middelpunt van de popcultuur gestaan. De combinatie van voetbal en muziek in een tijd waarin dance-muziek zo populair is, is echt spannend. Muziek maakt een belangrijk deel uit van het spel en de fanervaring. Wat is er dan natuurlijker dan beide aspecten samen te brengen?"



**Wilshere** voegt hieraan toe: "Ik vind het echt fantastisch om voor het eerst deel uit te maken van het Pepsi-team. Ik herinner me dat ik door de jaren heen naar de Pepsi-reclames keek en naar de legendarische namen die deel hebben uitgemaakt van Pepsi's voetbalgeschiedenis. Daarom is optreden in de campagne van 2012 een ontzettend leuk vooruitzicht voor mij." **Agüero** zegt tot slot: "Ik heb het geweldig naar mijn zin gehad tijdens mijn eerste Pepsi-shoot waarbij ik heb samengewerkt met een aantal spelers van wereldklasse. Volgens mij wordt dit een van de Pepsi-reclames die iedereen telkens weer wil bekijken. Ik kan niet wachten tot mijn fans dit zien." De veelvuldig bekroonde DJ en superster, **Calvin Harris**, die samen met de iconische voetballers optreedt in de tv-spot, heeft ook met Pepsi samengewerkt om een exclusieve track te maken die de officiële soundtrack van de tv-spot en campagne van 2012 wordt. Harris licht toe: "Samenwerken met Pepsi voor hun 2012 campagne was een geweldige ervaring. Toen Pepsi mij benaderde wist ik dat ik een lied wilde schrijven dat muziek zou combineren met voetbal en dat fans van beide disciplines overal ter wereld leuk zouden vinden. Bovendien is het heel bijzonder om zelf op te treden in de spot naast zulke bekende voetballers."

#### **“ Kick In The Mix ”: een campagne gebouwd uit het DNA van het merk Pepsi**

Met de combinatie van muziek en sport, zorgt Pepsi wereldwijd keer op keer voor nooit geziene campagnes en activiteiten. Grote sterren zoals Michael Jackson, Madonna, Beyoncé, Pink en Britney Spears speelden in het verleden al de hoofdrol in de campagnes van het colamerk. De kijkers van de Amerikaanse Superbowl kregen begin februari 2012 nog de première te zien van een Pepsi-spotje met Elton John als middeleeuwse kasteelheer.

Jan Verlinden, Marketing Director van PepsiCo BeLux licht toe: "Muziek en voetbal zorgen allebei van nature voor opwinding, fun en passie bij fans over de hele wereld. Pepsi brengt ze samen en geeft er een geheel nieuwe invulling aan."

De wereldwijde campagne van 2012 bestaat uit een tv-spot, visueel impactvolle in-store merchandising, PR-activiteiten en een uitgebreide digitale campagne. Ook in België plant Pepsi activiteiten en andere leuke acties met "Kick In The Mix". Voor meer info, exclusieve foto's en het laatste nieuws over Pepsi's voetbalcampagne van 2012, surf naar [facebook.com/PepsiBelgium](https://facebook.com/PepsiBelgium).



**Noot voor de redactie (niet bestemd voor publicatie):**

Het dossier, beeldmateriaal en video's zijn beschikbaar via [bebble.be](http://bebble.be)

De voetbalspot van 2012 van Pepsi wordt wereldwijd uitgezonden vanaf april 2012

**Heeft u specifieke vragen, neem contact op met:**

Bebble PR, Ilse Lambrechts

Tel: 0476/98 11 55

Email : [ilse@bebble.be](mailto: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](http://www.pepsico.com).*