**Pepsi België geeft startschot voor voetbalcampagne met Vincent Kompany in de hoofdrol**

**De nieuwe Pepsi** *“***Now Is What You Make It” spot toont Belgische topspeler naast Messi, Luiz, Ramos, Agüero en Van Persie**

**Kick-off Belgische campagne met lancering Limited Edition reeks blikjes van Pepsi-voetbalhelden**

**Zaventem, 2 april 2014 – #FUTBOLNOW – Pepsi geeft vandaag het startschot voor de nieuwe globale campagne in het teken van voetbal en muziek en Brazilië. De nieuwe spot *“*Now Is What You Make It” werd via het internet wereldwijd op hetzelfde moment op de fans losgelaten. Ook België kreeg in première de lokale versie alvast online te zien met Vincent Kompany naast de andere voetbalsuperhelden Sergio Ramos, Sergio Agüero, David Luiz, Robin van Persie en viervoudig speler van het jaar, Leo Messi. Voor het eerst in de geschiedenis van het populaire colamerk, wordt hiermee een Belgisch toptalent toegevoegd aan de indrukwekkende line-up van Pepsi-wereldsterren. De creatieve rode draad doorheen het nieuwe Pepsi-verhaal zijn de beats van aanstormend muzikaal talent Stony die hij creëert met wat hij op straat vindt. Wereldster Janelle Monae brengt in de clip een exclusieve versie van David Bowie’s superhit “Heroes”. De campagne wordt in bijna 100 landen uitgerold en nodigt fans wereldwijd uit om maximaal in het “nu” te leven.**

**In België gaat Pepsi voluit voor dit voetbalverhaal met onze (inter)nationale voetbaltopper Vincent Kompany. Vanaf april is er een speciale Pepsi Limited Edition reeks blikjes te scoren met de afbeeldingen van Vincent Kompany, Leo Messi, Robin van Persie, David Luiz, Sergio Ramos en Sergio Agüero. Om België helemaal in de voetbalsfeer te brengen, brengt Pepsi deze voetbalcampagne ook in het straatbeeld met een sterke affichagecampagne met Kompany in de hoofdrol. Meer weten? Ga naar pepsi.be.**

**Pepsi brengt voetbal, muziek en Rio samen**

De “Now Is What You Make It” spot zien we door de ogen van Stony, een 19-jarige drummer en producer uit IJsland. Dit jong muzikaal talent is via Youtube bekend geworden door met allerlei materialen beats en muziek te creëren. In de spot laat de jonge artiest doorheen Rio beats los op de kijker en ontmoet hij de Pepsi-superhelden. Zo plaagt Stony Leo Messi die rustig een krant leest, gaat hij langs een lokale straatbar en zien we hem met David Luiz en Sergio Aguëro. Singer-songwriter Janelle Monae figureert verder ook in de spot met een exclusieve versie van David Bowie’s wereldhit “Heroes”. Het ultieme moment van actie is gereserveerd voor een scene met onze Belgische topspeler Vincent Kompany die samen met Stony aan straatvoetbal doet. Met een meer uitgebreide digitale en interactieve spot kunnen fans online extra scenes ontdekken.

**Belgische kick-off campagne van Pepsi met Vincent Kompany doet voetbalkoorts stijgen**

In België gaat Pepsi voluit voor het voetbalverhaal met onze (inter)nationale voetbaltopper Vincent Kompany als deel van Pepsi’s wereldwijd voetbalteam. Kompany is de eerste Belgische vertegenwoordiger ooit voor Pepsi in een globale campagne van deze omvang. Om België helemaal in de voetbalsfeer te brengen, pimpt Pepsi binnenkort het straatbeeld met een nationale affichagecampagne met Vincent Kompany in de hoofdrol. Voetbalfans krijgen daarnaast ook vanaf april de kans om dankzij Pepsi een Limited Edition reeks blikjes te verzamelen waarop Vincent Kompany prijkt naast topspelers zoals Leo Messi, Robin van Persie, David Luiz, Sergio Ramos en Sergio Agüero.Deze collector item’s met de beeltenis van deze grote voetbalnamen zijn slechts tijdelijk verkrijgbaar, tot de zomer. Snel scoren is dus de boodschap!

Dat Pepsi met de nieuwe campagne alle Belgen wil engageren, bevestigt ook Jan Verlinden, Marketing Director PepsiCo BeLux: *“Met onze nieuwe Pepsi-campagne spreken we op een eigentijdse manier alle Belgen aan en laten we onze passie voor voetbal en muziek creatief samensmelten. We hebben een stevige geschiedenis op dit vlak met ‘s werelds beste voetballers die het Pepsi-team met plezier vervoegen. Dankzij onze samenwerking met topspeler Vincent Kompany, krijgen de Belgische fans dit jaar een nooit-gezien verhaal waarbij de passie van Vincent voor zijn vak perfect aansluit met wat Pepsi doet, namelijk voetbalfans inspireren om in het “nu” te leven.”*

Ook Vincent Kompany blikt tevreden terug op de shoot en samenwerking met Pepsi: *”Pepsi viert de passie en energie van voetbalfans. De muziek van Janelle met de beats van Stony zorgt voor een meeslepende hymne die ons allemaal verenigt – op de straat op of het veld – om zo van elk moment te genieten”.*

**“We can be Heroes” – Singer-songwriter Janelle Monae en aanstormend talent Stony in de muzikale hoofdrol**

Pepsi brengt voor deze campagne de verrassende muzikale combinatie van Janelle Monae en Stony. Singer-songwriter Monae bewerkte voor Pepsi exclusief de iconische klassieker “Heroes” van David Bowie. Monae is een GRAMMY Award –genomineerde singer-songwriter, performer, producer en gekend voor haar unieke stijl en speciale stem.

Stony startte op de leeftijd van 6 met drummen op potten en pannen en overtuigde zo zijn ouders van zijn talent die prompt een drumtoestel kochten. Zijn eerste remixen filmde hij en plaatste hij op Youtube onder de naam van Stony’s World. Naar zijn originele cover van Macklemore’s “Can’t Hold Us” keken al bijna 1.000.000 mensen op Youtube.

*Voor meer informatie over Pepsi en “Live For Now”, ga naar pepsi.be of facebook.com/PepsiBelgium en volg de conversatie online #FutbolNow.*

**EINDE**

**Vragen, bedenkingen, of interviews gewenst?**

**Bebble  - Pepsi Belgium:**

Ilse Lambrechts Ilse @ bebble.be +32 476 98 11 55

Eva Schockaert Eva @ bebble.be +32 494 72 40 04

**PepsiCo:**

Nicole Tronolone /[Nicole.Tronolone@pepsico.com](mailto:Nicole.Tronolone@pepsico.com)

**Over PepsiCo**

PepsiCo BeLux is onderdeel van PepsiCo (PEP, NYSE), een van de grootste voedingsmiddelen- en drankenbedrijven ter wereld met een netto-omzet van ruim 65 miljard dollar. PepsiCo voert een groot aantal merken, waarvan er 22 een jaarlijkse omzet hebben van meer dan 1 miljard dollar. De divisies Quaker, Tropicana, Gatorade, Frito-Lay en Pepsi Cola bieden honderden smakelijke producten die wereldwijd populair zijn. De werknemers van PepsiCo zijn verbonden door een gezamenlijke visie op duurzame groei, Performance with Purpose. Daartoe investeert PepsiCo in een gezonde toekomst voor mens en omgeving. En dat leidt volgens PepsiCo ook tot een succesvollere toekomst voor het bedrijf zelf. PepsiCo biedt een breed scala aan voedingsmiddelen en dranken dat is aangepast aan de lokale smaak; er wordt continu gezocht naar innovatieve manieren om de milieu-impact verder te beperken, onder meer door energie- en waterbesparing en minimaal gebruik van verpakkingen; PepsiCo biedt zijn medewerkers een prettige werkomgeving en respecteert en ondersteunt de lokale gemeenschappen waarin het bedrijf actief is, ook in de vorm van investeringen. Voor meer informatie: www.pepsico.com. Met bekende sterke merken als 7UP, Alvalle, Doritos, Duyvis, Lay’s, Looza, Pepsi, Mountain Dew, Quaker, Snack a Jacks, Smiths en Tropicana staat PepsiCo in België in de Top-8 van voedingsmiddelenbedrijven. In België en Luxemburg werken er zo’n 900 mensen op drie vestigingen, waaronder twee productielocaties. Voor meer informatie: www.pepsico.be.