



Communiqué de presse

PEPSI DONNE LE COUP D'ENVOI DE LA CAMPAGNE MUSICALE « LIVE FOR NOW » EN BELGIQUE

*Une collaboration inédite et créative avec Beyoncé, avec notamment des packs inspirés du Pop Art,
« The Mrs. Carter Show World Tour » avec le soutien de Pepsi
et un nouveau spot éblouissant intitulé « Mirrors ».*

Zaventem - avril 2013 - Beyoncé et Pepsi collaborent actuellement dans le cadre d'une expérience unique et créent ensemble du contenu à destination des fans du monde entier, pour les encourager à profiter de l'intensité de l'instant présent. Grâce à Pepsi, des milliers de fans peuvent non seulement voir Beyoncé en pleine action lors de la tournée « The Mrs. Carter Show World Tour », mais la star et Pepsi feront aussi briller les yeux de plus d'un milliard d'individus avec le nouveau spot TV 'Mirrors'. Cette collaboration mondiale entre Pepsi et Beyoncé est une nouvelle expression du positionnement de Pepsi en tant que marque, à savoir le concept de « Live for Now » : encourager les fans à profiter pleinement de l'instant présent et à se rapprocher le plus possible du cœur de la culture pop – un état d'esprit que partagent Beyoncé et Pepsi.

Dans une nouvelle campagne mondiale diffusée aujourd'hui en avant-première, Beyoncé et Pepsi jettent un dernier regard sur le passé, uniquement pour constater que le moment le plus excitant, celui qui compte vraiment, c'est l'instant présent. Cette collaboration créative, développée par Beyoncé et Pepsi dans le cadre de leur partenariat mondial, est présentée en avant-première le 4 avril à 15h sur www.youtube.com/pepsi avant d'être diffusée dans plus de 70 pays. Plus d'un milliard d'individus pourront voir le spot, rythmé par le tout nouveau titre de Beyoncé, « Grown Woman ».

Pepsi et Beyoncé présentent aujourd'hui pour la première fois le spot musical « Mirrors ». En Belgique, cette première déclinaison importante de leur collaboration créative dans le cadre de la campagne « Live For Now » sera diffusée à la TV et dans les cinémas dès la mi-avril. Le spot présente Beyoncé dans quelques-unes des identités iconiques de son passé – comme « Bootylicious » Beyoncé, « Sasha Fierce » & « Crazy in Love » Beyoncé –, qui semblent danser ensemble dans un



studio plein de miroirs. Beyoncé interprète ses plus jolis mouvements de danse de ces dernières années avant d'enchaîner sur une chorégraphie réjouissante et inédite. « Mirrors » montre combien Beyoncé considère que son expérience et les différents personnages de son passé ont aidé à construire l'artiste qu'elle est AUJOURD'HUI. Cette histoire se reflète aussi dans la bande sonore du spot, le nouveau titre de Beyoncé « Grown Woman ». C'est l'incarnation visuelle idéale pour l'essence de marque de Pepsi, « Live for Now ».

Pop Icon, Pop Art ! Par Beyoncé et Pepsi

Les canettes *Pepsi Regular Limited Edition Beyoncé*, qui s'inspirent du style Pop Art du 20^e siècle, sont disponibles maintenant en magasin. Beyoncé a contribué au processus créatif de ces canettes du début à la fin. Le design est un hommage appuyé de la star au Pop Art, mais aussi une interprétation actuelle de ce courant revisité par Pepsi. La photo Pop Art de Beyoncé a été prise par le célèbre photographe de mode Patrick Demarchelier. Sa sensibilité culturelle et sa capacité unique à transcender quiconque se retrouve face à son objectif font de cette image un instantané parfait, qui reflète à merveille la vision commune de Beyoncé et Pepsi, à savoir l'importance de vivre pleinement l'instant présent. Cette *Limited Edition* Pepsi n'étant disponible que jusqu'à la fin du mois de juin, mieux vaut être rapide !

Des moments « Live For Now » inoubliables grâce à Pepsi

« Vivre ici et maintenant » est au cœur de l'ADN de Pepsi. Pepsi s'adresse à la génération actuelle qui veut vivre intensément l'instant présent. Les canettes et bouteilles *Pepsi Beyoncé Limited Edition* réservent au consommateur une surprise supplémentaire jusqu'à la fin du mois de juin 2013. À l'intérieur du bouchon/sous la languette d'ouverture des canettes, se trouvent des codes uniques. Les fans peuvent introduire ces codes sur pepsi.be et recevoir ainsi des « crédits Pepsi ». Chaque semaine, ces crédits leur permettent d'enchérir via la « Pepsi Music Auction » pour obtenir des prix musicaux extraordinaires : les derniers gadgets musicaux à la mode tels qu'une station d'accueil Sony, des écouteurs, des DJ Systems ou des objets de collection Pop Art Pepsi et Beyoncé, mais aussi de vraies expériences « Live for Now » : un *DJ set* à domicile, l'opportunité d'être présent lors du tournage du clip d'une star montante de la variété internationale et un prix de rêve, où Pepsi vous invite à assister en tant que VIP à l'une des dernières dates de la tournée « The Mrs. Carter Show World Tour » à l'étranger, voyage en avion compris.



Jan Verlinden, Marketing Director PepsiCo BeLux ne cache pas son enthousiasme : « Nous sommes fiers que grâce au partenariat avec Pepsi, « The Mrs. Carter Show World Tour » de Beyoncé passe aussi par notre pays les 14 et 15 mai 2013. L'énergie et le dynamisme que dégage Beyoncé sont parfaitement en ligne avec l'ADN de la marque Pepsi. Pepsi et Beyoncé sont impatients de plonger les fans au cœur même du show et de la marque Pepsi, et cela grâce à plusieurs activités et évènements exclusifs. »

Les packs Pepsi « Beyoncé » Limited Edition sont disponibles dans les canaux de distribution Pepsi habituels de fin mars à fin juin 2013.

Vous voulez en savoir plus ? Ou peut-être souhaitez-vous gagner vous-même l'une de ces expériences « Live For Now » grâce à Pepsi ? Rendez-vous sur :

www.pepsi.be
www.facebook.com/PepsiBelgium
youtube.com/pepsi
Beyoncé.com
Sur twitter via [@pepsi_be](https://twitter.com/pepsi_be) et [#pepsibe](https://twitter.com/pepsibe)

- fin message -

Note pour la rédaction (à ne pas publier) :

Les dossiers, illustrations et vidéos sont disponibles sur bebble.be

Pour toute question spécifique, contactez Bebble PR :

Goedele Soetemans +32 (0)494 16 53 78 Goedele@bebble.be @goedles

Ilse Lambrechts +32 (0)476 98 11 55 ilse@bebble.be @bebbleboutit

À propos de PepsiCo

Avec des marques de renom telles que 7UP, Alvalle, Doritos, Duyvis, Lay's, Looza, Pepsi, Mountain Dew, Quaker, Snack a Jacks, Smiths et Tropicana, PepsiCo BeLux compte parmi les 8 principales sociétés agroalimentaires de Belgique. En Belgique et au Luxembourg, PepsiCo Belux occupe quelque 900 collaborateurs répartis sur trois sites, dont deux usines de production. PepsiCo BeLux est une filiale du groupe PepsiCo (PEP, NYSE), un des plus grands groupes alimentaires au monde, réalisant un chiffre d'affaires de 65 milliards de dollars. PepsiCo offre un portefeuille important de marques d'aliments et de boissons regroupées sous 22 familles de produits permettant chacune de réaliser un chiffre d'affaires annuel supérieur à 1 milliard de dollars. Sous nos marques phare (Quaker, Tropicana, Gatorade, Frito-Lay et Pepsi Cola), nous produisons des centaines d'aliments et de boissons de qualité, bien connus dans le monde entier. Le personnel de PepsiCo est lié par notre engagement unique envers la croissance durable par l'investissement dans un avenir plus sain pour notre planète et ses habitants. C'est pour nous le gage d'un avenir prospère pour PepsiCo. Notre engagement s'appelle « Performance with Purpose » : la promesse de PepsiCo d'offrir une large gamme d'aliments et de boissons adaptés aux goûts locaux ; la recherche de moyens novateurs pour réduire au minimum notre impact sur l'environnement, notamment par l'économie d'énergie et d'eau et la réduction du volume des emballages ; un lieu de travail agréable pour nos employés ; ainsi que le respect et le soutien des populations où s'exercent nos activités, et l'investissement dans ces populations. Pour de plus amples informations, veuillez consulter pepsico.com et pepsico.be.