**Les innovations Lay’s Gourmet et Lay’s Winter Editions de PepsiCo nous promettent un hiver douillet et croustillant**

**Septembre 2015 – En prévision d’un hiver froid, PepsiCo étoffe sa gamme de snacks en lançant trois saveurs temporaires. Avec Lay’s Gourmet, l’acheteur se voit proposer des chips en édition limitée ‘premium’, avec une coupe plus épaisse et une saveur naturelle exclusive, grâce à un mode de cuisson spécifique, tandis que Lay’s Winter Editions Bratwurst (au goût délicieusement épicé et fumé) et Lay’s Winter Editions Cheese Fondue (à la saveur crémeuse et riche du fromage) offrent aux gourmands** **un snack parfaitement de saison, à partager en famille pendant les mois à venir. Pour soutenir ces lancements, PepsiCo a prévu un vaste programme de promotion qui met l’accent sur le point de vente. Envie d’en savoir plus ? Contactez votre Key Account Manager chez PepsiCo BeLux.**

**Un hiver chaleureux et croustillant grâce aux dernières innovations de Lay’s**

Chaque année, c’est le même scénario : à l’automne, le consommateur aspire à trouver chez son détaillant des produits d’apéritif originaux. PepsiCo anticipe cette demande en proposant quelques nouveautés qui ne risquent pas de passer inaperçues.

* **Lay’s Winter Editions Cheese Fondue et Bratwurst** – Au rayon chips, ces deux saveurs inédites surprennent non seulement par leur look hivernal mais surtout par leur goût chaleureux typiquement de saison. Lay’s Winter Editions Bratwurst propose une saveur délicatement épicée et fumée. Ces chips feront merveille cet hiver à l’apéritif et satisferont toutes les envies de grignotage. Lay’s Winter Editions Cheese Fondue se distingue par une exquise saveur de fromage, onctueuse et riche à souhait. Une véritable incitation à organiser une fondue savoyarde entre amis ou en famille. Présentées dans un élégant manteau d’hiver, ces deux variétés inédites resteront six mois en rayon.
* **Lay’s Gourmet –** pour égayer les apéritifs festifs, PepsiCo propose une variété premium, également en exclusivité et en édition limitée. Lay’s Gourmet offre aux amateurs de chips une coupe plus épaisse, pour une expérience plus croustillante que jamais. Grâce au mode de cuisson spécifique, leur saveur donne aussitôt à l’apéritif des airs de fête. Et comme on mange aussi avec les yeux, PepsiCo a opté pour un luxueux emballage aux accents dorés.

**Le chalet Lay’s en point de mire**

Le partenariat durable de PepsiCo avec ses partenaires commerciaux s’explique par l’approche résolument novatrice du Groupe : “La pérennité de notre relation avec les détaillants s’explique par nos constantes innovations. Ce sont elles en effet qui garantissent la croissance du business et de la catégorie”, affirme Sabine Selos, Senior Marketing Manager chez PepsiCo BeNeLux. “Par ailleurs, toutes nos initiatives font la part belle à l’acheteur et au détaillant.”

Dans le cadre d’une campagne 360° parfaitement étudiée, les consommateurs découvriront en magasin une campagne in-store unique leur présentant à la fois des produits familiers et des nouveautés. Le Chalet Lay’s implanté sur le point de vente confère à celui-ci une ambiance hivernale chaleureuse et accueillante et participe au succès commercial des derniers mois de l’année pour nos partenaires. Parallèlement à cette mise en scène in-store, PepsiCo soutient ses innovations hivernales via les canaux sociaux, numériques, RP et publicitaires.

**NOTE A L’INTENTION DE LA REDACTION (NON DESTINEE A ETRE PUBLIEE)**

Possibilité de télécharger le communiqué de presse et le matériel photo via [bebble.be](http://bebble.be/). Des questions ? Un commentaire ? Envie d’une interview ? Contactez Bebble PR, Ilse Lambrechts - +32 476 98 11 55 - Ilse@bebble.be

**À propos de PepsiCo**

Les produits PepsiCo sont consommés un milliard de fois par jour dans plus de 200 pays et régions du monde. En 2014, PepsiCo a enregistré un chiffre d’affaires net de plus de 66 milliards de dollars, grâce à son portefeuille de marques complémentaires d’alimentation et de boissons : Frito-Lay, Gatorade, Pepsi, Quaker et Tropicana, etc. Composé d'une large gamme de boissons et de produits alimentaires 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 l’ADN de PepsiCo, le projet Performance With Purpose nous conduit à générer des performances financières de premier ordre, tout en créant une croissance durable et une valeur d’entreprise. Cela se traduit par : proposer une large gamme de boissons et de produits alimentaires plaisir et sains, réduire au maximum notre empreinte environnementale et nos coûts d'exploitation par l’innovation, offrir à nos collaborateurs un cadre de travail à la fois agréable et sécurisant, et enfin s’investir auprès des communautés locales au sein desquelles nous sommes présents, les soutenir et les respecter. Pour plus d'informations, rendez-vous sur [www.pepsico.com](http://www.pepsico.com/).

PepsiCo BeLux propose des marques de renom telles que 7UP, Alvalle, Doritos, Duyvis, Gatorade, Lay's, Looza, Mirinda, Mountain Dew, Naked, Pepsi, Quaker, Smiths, Snack a Jacks et Tropicana et 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. Pour de plus amples informations, veuillez consulter: [www.pepsico.be](http://www.pepsico.be).

