**ONTDEK HET PEPSI MAX® VOETBALSCHEMA 2016**

**PEPSI MAX INTRODUCEERT DE BLAUWE KAART IN HET WERELDWIJDE VOETBALSPEL IN 2016**

*Internationale supersterren Agüero, Rodríguez, Kompany, Sánchez en de Gea in de hoofdrol van de nieuwe Pepsi MAX® campagne*

**Zaventem, 23 februari 2016 – #MAXFOOTBALL** – PepsiCo geeft vandaag wederom het wereldwijde startschot voor een mooie voetbalcampagne. 5 internationale sterspelers vormen dit jaar het Pepsi MAX voetbalteam en krijgen zo dit jaar – samen met de Pepsi MAX blauwe kaart - de hoofdrol in de nieuwe de internationale campagne.

In de Pepsi MAX line-up staan supersterren zoals de Argentijnse spits Sergio Agüero (Manchester City), Colombiaans fenomeen James Rodríguez (Real Madrid), Belgisch aanvoerder Vincent Kompany (Manchester City), Chileens doelpuntenmaker Alexis Sánchez (Arsenal) en de Spaanse doelman David de Gea (Manchester United) klaar om dit voetbalseizoen samen met Pepsi MAX te scoren.

De zes internationale Pepsi MAX voetbaltoppers zijn in 2016 te zien in een internationale TV-spot[: zie link](https://www.youtube.com/watch?v=pahu-cBfioU&feature=youtu.be). Twee nietsvermoedende koeriers krijgen in deze spot de verrassing van hun leven als ze het Pepsi MAX team tegenkomen die onverwacht de Pepsi MAX Blue Card tonen op het veld en zo voor de nodige gekkigheid en fun zorgen.

Voor België loopt ook het partnership met Vincent Kompany en Pepsi MAX verder. Julien Galand, Marketing Manager CSD PepsiCo Benelux licht dit toe: “We zijn enorm fier om Vincent, onze partner voor Pepsi sinds 3 jaar, te zien in de nieuwe wereldwijde campagne. We hopen dan ook dat het Belgische publiek plezier heeft hem te zien met de andere internationale sterren van het Pepsi MAX 2016 team!”

2016 staat voor PepsiCo’s topmerken Pepsi MAX, Lay’s en Gatorade volledig in het teken van het prestigieuze Europese voetbaltoernooi, aangezien deze merken de trotse officiële sponsoren zijn van de UEFA Champions League.

PepsiCo lanceert hiervoor binnenkort het “Maximum Football” programma in West Europa met de nieuwe Pepsi MAX reality app. Hiermee krijgen fans de kans om unieke voetbalprijzen te winnen zoals tickets voor de kwart- en halve finales en een reis naar de UEFA Champions League finale op 28 mei in Milaan. Vanaf 1 maart is de app te downloaden via iOS en Android. De fans kunnen de app gebruiken om ‘PepsiMoji’s’ - voetbalemoticons - te scannen op de limited edition Pepsi MAX flessen en blikjes. Via de app beland je vervolgens in een ingenieus augmented reality verhaal en ontdek je of je één van de prijzen wint.

**Quotes:**

**Sergio Agüero (Manchester City): “**Ik ben opgewonden om opnieuw een partnership aan te gaan met Pepsi en ik ben ook vereerd geselecteerd te zijn als lid van het 2016 wereldwijde team van voetballers. Ik kijk ernaar uit om samen met Vincent, James, Alexis and David dit jaar onverwachte en leuke momenten te creëren voor voetbalfans wereldwijd.”

**James Rodríguez (Real Madrid): “**Ik ben trots om deel uit te maken van het wereldwijde Pepsi voetbalteam in 2016. Het was een geweldige ervaring om met het merk vorig jaar te werken en ik kijk ernaar uit om dit jaar met Pepsi’s team samen te werken om zo onverwachte opwindende opportuniteiten te brengen naar voetbalfans wereldwijd.”

**Vincent Kompany (Manchester City): “**Het is een eer om opnieuw partner te zijn van Pepsi. Deze campagne draait om plezier en een beetje gekkigheid dat je kunt toevoegen aan elk moment. Toon je de blauwe kaart, dan verandert alles. Ik denk dat we dit allemaal wel eens nodig hebben.”

**Alexis Sánchez (Arsenal)**: “Pepsi is één van de meest herkenbare merken die wordt geassocieerd met onze geweldige sport. Voor mij is het dan ook fantastisch om deel uit te maken van het wereldwijde voetbalteam dit jaar.”

**David de Gea (Manchester United): “**Ik ben verrukt om voor het eerst deel te mogen uitmaken van het Pepsi voetbalteam dit jaar. Ik ben altijd opgewonden geweest te zien wat het merk met onze sport en fans doet – op en naast het veld – en ik kan niet wachten om hier deel van uit te maken.”

###

**NOOT VOOR DE REDACTIE (NIET BESTEMD VOOR PUBLICATIE)**

Vragen of interviews gewenst? Contacteer **BEBBLE PR** Ilse Lambrechtsilse@bebble.be0476/98 11 55

Zie Bebble.be voor beelden

**Over PepsiCo**

Dagelijks nuttigen consumenten overal ter wereld, in ruim 200 landen en gebieden, meer dan een miljard keer van PepsiCo-producten.
PepsiCo had in 2014 een netto-omzet van meer dan 66 miljard dollar en heeft een complementair voedingsmiddelen- en drankenportfolio dat Frito-Lay, Gatorade, Pepsi-Cola, Quaker en Tropicana omvat. Het productportfolio van PepsiCo biedt een breed scala aan smakelijke voedingsmiddelen en dranken, waaronder 22 merken die elk een geschatte retailjaaromzet hebben van meer dan 1 miljard dollar. ‘Performance with Purpose’ vormt de basis van PepsiCo: het tegelijkertijd leveren van uitmuntende financiële prestaties, duurzame groei en aandeelhouderswaarde. In de praktijk betekent Performance with Purpose dat PepsiCo een breed assortiment van voedingsmiddelen en dranken biedt, van lekker tot gezond; continu zoekt naar innovatieve manieren om de milieu-impact te minimaliseren en operationele kosten te verlagen; wereldwijd een veilige en inclusieve werkomgeving biedt aan zijn werknemers, en de lokale gemeenschappen waarin het bedrijf actief is respecteert en ondersteunt, ook in de vorm van investeringen. Voor meer informatie: www.pepsico.com.

Met bekende sterke merken als 7UP, Alvalle, Doritos, Duyvis, Gatorade, Lay's, Looza, Mirinda, Mountain Dew, Naked, Pepsi, Quaker, Smiths, Snack a Jacks en Tropicana staat PepsiCo in België in de Top 8 van voedingsmiddelenbedrijven. In België en Luxemburg werken er zo’n 950 mensen op drie vestigingen, waaronder twee productielocaties. Voor meer informatie: www.pepsico.be.