**PEPSI MAX VOLLEY 360**

***Pepsi MAX project toont nooit eerder vertoond volleyspektakel met atleten in aanloop van UEFA Champions League Finale***

**ZAVENTEM, BELGIË, 19 MEI 2016 - #MAXFOOTBALL** – Met het “Volley 360” project viert Pepsi MAX

één van de meest geniale moves/kunstjes van de voetbalsport. Hiervoor trommelde Pepsi MAX een diverse mix van internationale atleten op die hun stempel zetten op deze **unieke** beweging om zo voetbalfans al wat extra’s te bieden in de aanloop van het UEFA Champions League Finale.

De volley is voor veel fans hét ultieme en meest opwindende moment en toont hoe geniaal een speler in het spel is. Doordrenkt van de liefde voor voetbal, daagde Pepsi MAX semi-professionals, freestylers, parkour deskundigenen gymnasten uit om op een aangepast voetbalveld een bal te pitchen die vanuit elke hoek, met elke snelheid en op elk moment kon volgen. Het duizelingwekkende spel waar alle vaardigheden en flexibiliteit uit de kast werden gehaald om de meest extreme goals te scoren, toonde wat er nodig is om volleys te creëren: snelheid, sportiviteit en vindingrijkheid. Het resultaat was spectaculair: [https://youtu.be/XiU1GzDpM-I.](https://www.youtube.com/watch?v=XiU1GzDpM-I&feature=youtu.be)

“Als het kenmerk bij ongezien voetbaltalent, zorgde de volley al voor legendarische momenten in de geschiedenis van de UEFA Champions League,” aldus Mauro Ribo, Pepsi Marketing Director, PepsiCo West-Europa. “The Pepsi MAX ‘Volley 360’ viert deze geweldige voetbaltactiek samen met fans in aanloop van ‘s werelds meest bekeken sport event, de UEFA Champions League Finale.”

Peter Willems, UEFA’s Head of Marketing Activities & Sponsorship, licht de volley verder toe, “De volley is een ongeëvenaarde manier wereldwijd om voetbal te spelen en zorgt vaak voor dé ultieme ontlading bij fans tijdens een match. De UEFA Champions League telt een pak van de meest geprezen volleys in de voetbalgeschiedenis en we zijn dan ook opgetogen dat Pepsi MAX nét dit geniale aspect viert met fans via Pepsi MAX ‘Volley 360’”.

Pepsi MAX’s “Volley 360” project maakt deel uit van het PepsiCo partnership met de UEFA Champions League. PepsiCo bundelde de krachten met het meest prestigieuze Europese voetbaltoernooi in 2015 met Lay’s en Pepsi MAX als hoofdmerken om de wedstrijden te activeren. Fans die naar Milaan gaan, kunnen hun volley-kunstjes tonen in de Pepsi MAX Maximum Football arena in de Piazza Castello waarin ze door licht, geluid en obstakels gechallenged worden. Tijdens het UEFA Champions League Festival biedt Pepsi MAX verder de ultieme mixology ervaring met een ‘Maximum Taste’ bar. Op de iconische Piazza del Duomo zal Pepsi MAX verder memorabele muziekoptredens gunnen met onder andere de DJ Benny Benassi.

**Quotes atleten**

**Dan Cutting (Football Freestyler):** “Volleys zijn uniek, geniaal en speciaal als moment in voetbal. Ze vereisen veel techniek, scherpe schoten en accuraatheid bij het richten naar de goal. De unieke Pepsi MAX ‘Volley 360’ arena toont alvast nooit-geziene voetbalmoves om fans te verrassen.”

**Will Sutton** **(Parkour/Free runner):** “De discipline nodig voor parkour weerspiegelen de kwaliteiten die nodig zijn om de perfecte volley uit te voeren. Het is vernuftig van Pepsi MAX om het op een originele manier te tonen waarbij het de kunst van volleys scoren nog mooier maakt.”

**Charlotte Lade (Football Freestyler):** “Ik ben vereerd deel te nemen in het Pepsi MAX ‘Volley 360’ project. Ik heb geweldige moves bedacht en kan niet wachten om deze voor het eerst te tonen. Dit gaat echt tonen hoe geniaal een volley is op een heel nieuwe manier.”

**Marc Cumberbatch (Football Freestyler):** “Pepsi MAX is een van de meest herkenbare merken geassocieerd met voetbal. Ze voegen altijd iets nieuws toe aan het spel. En dat is ook mijn plan! Het is uitdagend om deel uit te maken van het Pepsi MAX ‘Volley 360’ project en om fans deze nooit-geziene twist met de volley te tonen.”

**Jesse Evison (Football Freestyler):** “Ik keek altijd vol bewondering hoe voetballegendes tijdens UEFA Champions League volleys scoorden. Om hier een twist aan te geven in de Pepsi MAX ‘Volley 360’ arena, zie ik dan ook volledig zitten.”

**Erin Jameson (Gymnast)**: “Een gymnaste die voetbal speelt is misschien wat ongezien maar dat is exact wat het Pepsi MAX ‘Volley 360’ project doet - iets ongewoons doen, de volley nemen en het dan omkeren. Een volley scoren is zo’n ongelofelijk gevoel. Weten dat je controle over de bal hebt en je in de juiste richting trapt, terwijl je ondersteboven draait is te gek gewoon. Ik vind het top dat ik erbij ben.’

**#MAXFOOTBALL**

###

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

Zie Bebble.be voor beelden. Vragen? Contacteer:

Bebble PRilse@bebble.be+32 476 98 11 55

**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 2015 een netto-omzet van meer dan 63 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](http://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.