**PEPSI MAX ‘VOLLEY 360’**

***À la veille de la finale de l’UEFA Champions League,***

***le projet Pepsi MAX propose un spectacle de reprises de volée inédit avec divers athlètes.***

**ZAVENTEM, BELGIQUE, le 19 mai 2016 - #MAXFOOTBALL** – Avec son projet “Volley 360”, Pepsi Max célèbre un des mouvements les plus géniaux du foot : la reprise de volée ! Pour ce faire, Pepsi MAX a sonné le rappel auprès de divers athlètes internationaux pour qu’ils viennent faire la démonstration de leur art et offrir ainsi aux fans un spectacle unique à la veille de la finale de l’UEFA Champions League.

Pour bon nombre de fans, la reprise de volée est le geste ‘ultime’, le tir le plus fou, le but le plus hallucinant… C’est elle qui témoigne du génie réel d’un joueur. Supporter acharné, Pepsi MAX a mis au défi plusieurs semi-professionnels, free-stylers, champions de parkour et autres gymnastes de se présenter sur un terrain de foot adapté pour la circonstance et de reprendre ‘à la volée’ des ballons surgissant de toutes parts, à toute vitesse et à tout moment. Vertigineux, ce jeu fait appel à toute la dextérité et toute la souplesse des athlètes pour marquer les buts les plus spectaculaires et souligne les qualités nécessaires pour reprendre un ballon à la volée : vitesse, détente et inventivité. Le résultat est spectaculaire : [https://youtu.be/XiU1GzDpM-I.](https://www.youtube.com/watch?v=XiU1GzDpM-I&feature=youtu.be)

“Signe de l’incroyable talent des champions du ballon rond, la reprise de volée a offert quelques images légendaires à l’histoire de l’UEFA Champions League”, explique Mauro Ribo, directeur Marketing Pepsi, PepsiCo West-Europa. “Le Pepsi MAX ‘Volley 360’ met à l’honneur cette époustouflante tactique footballistique à l’aube d’un des événements sportifs les plus regardés au monde, la finale de l’UEFA Champions League.”

Peter Willems, responsable des activités marketing et sponsoring de l’UEFA, explique la reprise de volée. “La reprise de volée est un geste unique, pratiqué dans le monde entier, qui fascine souvent les fans au cours d’un match. Dans l’histoire du football, l’UEFA Champions League en compte un beau nombre, et sans doute aussi les plus belles. Nous sommes donc particulièrement flattés que Pepsi MAX ait choisi de célébrer ce geste génial via Pepsi MAX ‘Volley 360’”.

Le projet “Volley 360” de Pepsi MAX s’inscrit dans le partenariat de PepsiCo avec l’UEFA Champions League. PepsiCo s’est associé au tournoi de football le plus prestigieux d’Europe en 2015 avec Lay’s et Pepsi MAX comme marques principales pour pimenter les matchs. Les supporters qui feront le déplacement à Milan pourront s’essayer à la reprise de volée et montrer leur talent dans la Pepsi MAX Maximum Football arena au Piazza Castello, où des effets lumineux et sonores ainsi que d’autres obstacles leur compliqueront encore la tâche. Dans le cadre de l’UEFA Champions League Festival, Pepsi initiera aussi le public à la mixologie avec un bar ‘Maximum Taste’, tandis que sur l’iconique Piazza del Duomo, Pepsi MAX proposera des concerts mémorables, avec notamment le DJ Benny Benassi.

**La parole est aux athlètes**

**Dan Cutting (Football Free-styler) :** “Au foot, la reprise de volée garantit un moment unique, génial et très intense. C’est un geste qui requiert énormément de technique, un tir percutant et une grande précision. La Pepsi MAX ‘Volley 360’ arena invite les fans à venir assister aux plus belles reprises de volée.”

**Will Sutton** **(Parkour/Free-runner) :** “La discipline qu’exige le parkour reflète les qualités indispensables pour effectuer une parfaite reprise de volée. La démonstration imaginée par Pepsi MAX est particulièrement ingénieuse et rend le geste et les buts marqués sur une reprise de volée encore plus beaux.”

**Charlotte Lade (Football Free-styler) :** “Je suis très honorée de pouvoir participer au projet Pepsi MAX ‘Volley 360’. J’ai imaginé quelques mouvements étonnants et je suis impatiente de les effectuer en public pour la première fois. J’espère ainsi montrer d’une façon tout à fait inédite le côté vraiment génial de la reprise de volée.”

**Marc Cumberbatch (Football Free-styler):** “Pepsi MAX est une des marques les plus identifiables parmi celles généralement associées au football. Elle a l’art d’ajouter chaque fois quelque chose de neuf au jeu. Et c’est aussi ce que j’ai l’intention de faire. C’est passionnant de faire partie du projet Pepsi MAX ‘Volley 360’ et de montrer aux fans tout ce qu’on peut faire pour reprendre un ballon en volée.”

**Jesse Evison (Football Free-styler):** “J’ai toujours été admiratif à la vue de ces stars du ballon rond marquant un but en Champions League d’une reprise de volée. Et j’ai bien l’intention de me surpasser et de surprendre à la Pepsi MAX ‘Volley 360’ arena.”

**Erin Jameson (Gymnaste)**: “Un gymnaste qui joue au foot… ce n’est pas courant. Mais c’est précisément l’objectif du projet Pepsi MAX ‘Volley 360’. Proposer quelque chose d’inédit, reprendre un ballon en volée et le renvoyer… de préférence dans les filets. Marquer sur une reprise de volée procure un sentiment incroyable. Savoir que vous contrôlez le ballon et que vous tirez dans la bonne direction alors que vous êtes sens dessus dessous… c’est tout bonnement fou ! Et je suis très flattée de faire partie du projet.’

**#MAXFOOTBALL**

###

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

Images disponibles sur Bebble.be. Des questions ? Contactez :

Bebble PR[ilse@bebble.be](mailto:ilse@bebble.be)+32 476 98 11 55

**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 950 collaborateurs répartis sur trois sites, dont deux usines de production. Pour de plus amples informations, veuillez consulter: [www.pepsico.be](http://www.pepsico.be).