

بيبيسي تحتفل بلحظات عواطف المشجعين القوية

في السنة الثانية لشراكة رابطة أبطال اتحاد روابط كرة القدم الأوروبية، بيبيسي تقدم جوائز للمشجعين حول العالم الذين يعيشون للحظة

بيرشاس، نيويورك، -- **#PEPSIMOMENT** - خلال عام 2017، ستحتفل بيبيسي بلحظات الحياة عش لآن. وهي اللحظات التي نقرر فيها أن ننسى، وأن نختر أن نتصرف، وأن نتبع عواطفنا، وحين لا يوقفنا شيء. وليست هناك لحظة أفضل لعيش اللحظة الآن من لحظة العاطفة غير المقيدة لدى مشجعي كرة القدم الحقيقيين. وفي السنة الثانية لشراكة رابطة أبطال اتحاد روابط كرة القدم الأوروبية (يو إي أف أيه)، فإن حملة كرة القدم من بيبيسي ستكون أول تجل لمنصة العلامة التجارية العالمية "لحظات" التي يتم إحيائها عبر الماركة التجارية الأيقونية، مع تركيز متزايد على عروض الشركة من المنتجات الخالية من السعرات الحرارية.

وبطلب المساعدة من الرياضيين النجوم لاشعال الحماس في الفترة التي تسبق نهائي دوري أبطال أوروبا يوم 3 حزيران/يونيو في كارديف، ويلز، سمت بيبيسي اللاعبين سيرجيو أغويرو، الكسيس سانشيز وفينسنت كومباني في قائمتها العالمية 2017.

وقال يراد جيكرمان، رئيس مجموعة المشروبات العالمية، شركة بيبيسي كولا: "على مدار العام، ستحتفل بيبيسي بمجموعة متنوعة من اللحظات - من اللحظات اليومية السعيدة التي تتحول إلى لحظات عظيمة، إلى الحياة الملحمية الحقيقية مثل نهائي دوري أبطال أوروبا. وبيبيسي هي واحدة من الداعمين الأيقونيين الأكبر والمشجعة الأطول عهدا للعبة العالمية الجميلة، وهذا العام نأخذ حملتنا العالمية لكرة القدم من أرض الملعب إلى الأكتاشك - بالاحتفال وإشعال العاطفة المعديّة التي تنكي الحياة لدى المشجعين من حولنا، وهو ما يظهر للعالم ما يعنيه أن تعيش وتحب اللعبة."

ومن خلال فيلم النشيد للمشجعين السوبر بعنوان "[تعرف قدر ما تعنيه](#)"، تحول بيبيسي التركيز على المشجعين أنفسهم والعديد من اللحظات التي تثير عواطفنا في لعبة كرة القدم - من التوتر والمزاح في فترة الاستعداد قبل اللعبة، ومن خلال لحظات الترقب الشديدة أثناء المباراة نفسها، إلى الاندفاع الفرحة الجياشة أو الشعور بالحسرة مع صافرة النهاية. وتوضح بيبيسي كيف أن لحظات العاطفة الجياشة هذه هي لحظات

مهمة لركلة لاعب كرة محلي في حديقة وسط لعبة بين الأصدقاء كما هي في الملاعب المجيدة في جميع أنحاء العالم.

وستطلق الحملة الغنية المحتوى عبر ما يقرب من 75 دولة لإشعال وإشراك ونشر عاطفة المشجعين من جولات الضربات القاضية إلى نهائي دوري أبطال أوروبا. وبالإضافة إلى المحتوى الإبداعي، يعمل برنامج تصميم ابتكاري على إطلاق طاقة المشجعين عبر التعبئة والتغليف، خارج المنزل وفي المتجر للعلامة التجارية لبيبيسي بألوانها الزرقاء والسوداء والفضية. المحتوى الدائم الحصري والأعمال الابتكارية على وسائل الاعلام الاجتماعية القابلة للمشاركة يتم نشره من قبل شراكة عالمية مع هيئات مشجعي كرة القدم الرائدة، كوبا 90 وتقرير بليتشر. وبموجب هذه الشراكة التي هي الأولى من نوعها ستنتج الحملة محتوى فريدا على الانترنت بمشاركة منتجي المشجعين المختلفين في جميع أنحاء العالم لإنتاج تعبير أصيل ومركز على المشجعين للعاطفة تجاه كرة القدم. وبفضل اللحظات على الأجهزة الجوال، سينتشر المحتوى عبر الفيسبوك، قصص إنستغرام وسناب شات. بالإضافة إلى ذلك، فإن حملة توزيع التذاكر على المشجعين السوبر ستسمح للمشجعين بالفرصة لإظهار مدى ما سيقومون به للفوز بجائزة تأتي مرة واحدة في العمر: تذاكر لأكبر حدث رياضي سنوي في العالم، نهائي دوري أبطال أوروبا.

نبذة حول شركة بيبيسي كو

منتجات شركة بيبيسي كو يتم الاستمتاع بها من قبل المستهلكين مليار مرة يوميا في أكثر من 200 دولة ومنطقة حول العالم. وقد بلغت إيرادات شركة بيبيسي كو الصافية أكثر من 63 مليار دولار في العام 2015، ولديها محفظة أغذية ومشروبات مكملة تشمل فريتو لاي، غيتيريد، بيبيسي كولا، كويكر، وتروبكانا. وتتضمن محفظة منتجات بيبيسي كولا طائفة واسعة من الأطعمة والمشروبات الممتعة المحببة في جميع أنحاء العالم التي تتضمن 22 ماركة تولد أكثر من مليار دولار تقريبا لكل منها على هيئة مبيعات تجزئة سنوية.

وفي صلب شعار شركة بيبيسي كو - اعتقادنا الأساسي أن نجاح شركتنا مرتبط بصورة لا تنفصم باستدامة العالم من حولنا. ونحن نعتقد أن التحسين المستمر لمنتجاتنا التي نبيع، والعمل بصورة مسؤولة لحماية كوكبنا وتمكين الناس حول العالم هو الذي يمكن بيبيسي من إدارة شركة عالمية ناجحة حول العالم تخلق قيمة طويلة الأمد للمجتمع ومساهمينا. لمزيد من المعلومات، يرجى زيارة www.pepsico.com

نبذة عن الاتحاد الأوروبي لكرة القدم

الاتحاد الأوروبي لكرة القدم هو الهيئة التي تحكم كرة القدم الأوروبية. وهو المنظمة المظلة لـ 55 جمعية وطنية لكرة القدم في جميع أنحاء أوروبا. وتتمثل أهداف الاتحاد في التعامل مع جميع القضايا المتعلقة بكرة القدم الأوروبية، وتشجيع كرة القدم بروح من الوحدة والتضامن والسلام والتفاهم واللعب النظيف، من دون أي تمييز على أساس السياسة أو العرق أو الدين أو الجنس أو أي سبب آخر، من أجل الحفاظ على مكتسبات كرة القدم الأوروبية والحفاظ على علاقات مع جميع أصحاب المصلحة المعنيين في كرة القدم الأوروبية، وحماية ودعم الروابط الأعضاء فيه من أجل الخير العام للعبة الأوروبية.

الاتصال: نيكول ترونولون، Nicole.Tronolone@pepsico.com، الإعلام والعلاقات العامة لاتحاد

روابط كرة القدم الأوروبية: media@uefa.ch / 27 27 04 848 (0) +41