

חברת פפסי® חוגגת את רגעי ההתלהבות המידבקת של אוהדי-העל

## בשנה השנייה לשותפות בינה ובין ליגת האלופות של UEFA, "פפסי" מתגמלת את האוהדים ברחבי העולם שחיים בשביל הרגע

פרצ'ס (PURCHASE), ניו יורק, - PEPSIMOMENT # - במהלך שנת 2017, חברת פפסי® חוגגת את רגעי "לחיות את ההווה", רגעים שבהם אנו מחליטים להשתחרר, בוחרים לפעול, ללכת בעקבות מה שמרגש ומלהיב אותנו – ושום דבר לא עוצר בעדנו. ואין רגעים שמאופיינים ב"לחיות את ההווה" יותר מאשר רגעי ההתלהבות הלא מרוסנים של אוהד כדורגל אמיתי. בשנה השנייה של השותפות בין PepsiCo ובין ליגת האלופות של UEFA, קמפיין הכדורגל של "פפסי" חוזר לראשונה עם פלטפורמת ה"רגעים" הגלובלית של המותג, אשר קמה לתחייה באמצעות הסמל המסחרי האיקוני שלו – תוך העדפת המוצרים שערכם הקלורי עומד על אפס.

"פפסי" מגייסת את עזרתם של ספורטאי-על כדי לעורר התרגשות לקראת גמר ליגת האלופות של UEFA ב-3 ביוני בקרדיף שבויילס, וציינה את שמותיהם של סרחיו אגוארו, אלכסיס סאנצ'ז ווינסנט קומפני כתברי הסגל הבינלאומי שלה לשנת 2017.

בראד גייקמן (Brad Jakeman), נשיא Global Beverage Group, PepsiCo, מסר: "במשך השנה הנוכחית, 'פפסי' תחוגג מגוון של רגעים – החל מרגעים יומיומיים טובים ההופכים לנהדרים ועד רגעים ממש אפיים, כמו גמר גביע האלופות של UEFA. 'פפסי' הנה אחת התומכות האיקוניות ביותר והאוהדות הוותיקות ביותר של המשחק היפה בעולם, והשנה אנחנו מעבירים את קמפיין הכדורגל מן המגרש אל היציעים – ואנו חוגגים ומציתים את ההתלהבות המידבקת שקמה לתחייה בקרב האוהדים שסביבנו, ומוכיחים לעולם כמה זה משמעותי לחיות ולאהוב את המשחק".

באמצעות סרט המציג את המנון אוהדי העל, שכותרתו "אנו יודעים עד כמה זה משמעותי" ("[We Know How Much It Means](#)"), "פפסי" מעבירה את תשומת הלב אל האוהדים עצמם ואל הרגעים הרבים שמעוררים את ההתלהבות שלנו במהלך משחק הכדורגל – החל מן המתח, הצחוקים וההקנטות המצטברים והולכים בטרם התחרות, דרך רכבת ההרים הרגשית במשחק עצמו ועד התפרצות השמחה או שברון הלב בשריקה האחרונה. "פפסי" מוכיחה כיצד רגעים אלה של התלהבות הנם רלוונטיים באותה מידה למשחק כדורגל מקומי בפארק בין חברים ולאצטדיונים

הקמפיין העשיר בתוכן יוצג בערך ב-75 מדינות, כדי להצית, לעורר ולהפיץ את ההתלהבות של האוהדים מסבבי הנוק-אאוט של גמר ליגת האלופות של UEFA. בנוסף לתוכן הקריאטיבי, תוכנית עיצוב משבשת, שמתדלקת את קריאת הקרב של האוהדים, מופיעה על פני האריזה, בפרסום חוצות ובחנויות באמצעות הסמל המסחרי המלא של "פפסי", במוצרים בצבעי כחול, שחור וכסף. התוכן הבלעדי, שזמין תמיד ברשת, והקריאטיבי שאפשר לשתף אותו במדיה החברתית, מתגברים ע"י שותפות בינלאומית עם האוטוריטות המובילות בתחום אהדת הכדורגל – Bleacher Report ו-Capa90. השותפות הזו, הראשונה מסוגה, תיצור תוכן מקוון ייחודי ביחד עם יוצרים ברחבי העולם שהם אוהדי כדורגל, לשם ביטוי אותנטי – המתמקד באוהדים – של ההתלהבות מן הכדורגל. התוכן, המכיל גם רגעים שצולמו במכשירים ניידים, יהיה זמין בפייסבוק, ב-Instagram Stories ובסנאפצ'ט. בנוסף, פרס בצורת כרטיס יעניק לאוהדי העל את האפשרות להוכיח עד כמה הם מוכנים להתחייב ולהרחיק לכת כדי לשים את ידם על פרס של פעם בחיים: כרטיסים לאירוע הספורט השנתי הגדול ביותר, גמר גביע האלופות של UEFA.

## אודות PepsiCo

צרכני PepsiCo נהנים ממוצרי החברה מיליארד פעם ביום, ביותר מ-200 ארצות ואזורים ברחבי העולם. ההכנסות נטו של חברת PepsiCo בשנת 2015 עמדו על למעלה מ-63 מיליארד דולר, הכנסות שמקורן במגוון ההשקעות המשלימות של החברה בחברות המייצרות מוצרי מזון ומשקאות, כולל Frito-Lay, Gatorade, Pepsi-Cola, Quaker ו-Tropicana. מגוון המוצרים של PepsiCo מכיל מבוחר גדול של מאכלים ומשקאות מהנים, כולל 22 מותגים, שההכנסות השנתיות שמייצר כל אחד מהם במכירה קמעונאית נאמדות בלמעלה ממיליארד דולר.

בלב לבה של הפעילות של PepsiCo נמצאת הסיסמה "Performance with Purpose" ("ביצועים עם תכלית") – האמונה הבסיסית שלנו שלפיה הצלחתה של החברה שלנו קשורה קשר בל יינתק אל הקיימות של העולם שסביבנו. אנו מאמינים כי שיפור מתמיד של המוצרים שאנו מוכרים, תוך פעולה באופן אחראי, במטרה להגן על הפלנטה שלנו ולהעצים את האנשים ברחבי העולם, הם שמאפשרים ל-PepsiCo לנהל חברה מצליחה בהיקף גלובלי, שיוצרת ערך ארוך טווח עבור החברה האנושית ועבור מחזיקי המניות שלנו. לצורך מידע נוסף, אנא היכנסו לאתר

## אודות UEFA

UEFA – איגוד התאחדויות הכדורגל האירופיות ( Union of European Football Associations) – הוא הגוף המנהל את הכדורגל האירופי. זהו ארגון גג של 55 התאחדויות כדורגל לאומיות ברחבי אירופה. מטרותיו הן להתמודד עם כל השאלות הקשורות לכדורגל האירופי, לקדם את הכדורגל ברוח של אחדות, סולידריות, שלום, הבנה ומשחק הוגן, ללא כל אפליה מטעמי פוליטיקה, גזע, דת, מגדר או כל סיבה אחרת, להגן על הערכים של הכדורגל האירופי, לשמור על קשרים עם כל בעלי העניין המעורבים בכדורגל האירופי, וכן לתמוך בהתאחדויות החברות בו ולהגן עליהן לשם שגשוגו הכללי של המשחק האירופי.

ליצירת קשר:

PepsiCo : ניקול טרולון (Nicole Tronolone),

[Nicole.Tronolone@pepsico.com](mailto:Nicole.Tronolone@pepsico.com)

מחלקת התקשורת ויחסי הציבור של UEFA:

+41 (0) 848 04 27 27 / [media@uefa.ch](mailto:media@uefa.ch)