

Pepsi® Raikan Detik Keghairahan Peminat Setia yang Tersebar Luas

SEMPENA TAHUN KEDUA KERJASAMA GLOBAL PEPSI DENGAN LIGA JUARA-JUARA UEFA GLOBAL, PEPSI GANJARI PEMINAT SELURUH DUNIA YANG MERAIKAN DETIK ITU

PURCHASE, New York -- **#PEPSIMOMENT** – Sepanjang tahun 2017, Pepsi® meraikan detik kehidupan pada ketika ini. Inilah detik apabila kita membuat keputusan untuk melepaskan sesuatu, memilih untuk bertindak, menurut keinginan kita dan merasakan tiada apa yang dapat menghalang kita. Tiada saat menikmati hidup pada ketika ini yang lebih baik berbanding dengan detik keghairahan tanpa halangan oleh peminat bola sepak sebenar. Sempena tahun kedua kerjasama PepsiCo dengan Liga Juara-Juara UEFA, kempen bola sepak Pepsi merupakan lelaran pertama platform jenama global "Moments" dihidupkan menerusi lambangnya yang ikonik – dengan memberikan lebih tumpuan keutamaan terhadap minuman kalori sifar jenama ini.

Menyenaraikan bantuan atlet bintang terkemuka untuk menyemarakkan keseronokan menjelang berlangsungnya Perlawanan Akhir Liga Juara-Juara UEFA pada 3 Jun di Cardiff, Wales, Pepsi telah memilih Sergio Agüero, Alexis Sánchez dan Vincent Kompany untuk aktiviti globalnya bagi tahun 2017.

Brad Jakeman, Presiden, Global Beverage Group, PepsiCo, berkata: *"Sepanjang tahun ini, Pepsi akan meraikan pelbagai detik – bermula dengan detik indah setiap hari yang diperhebat, kepada saat epik sebenar seperti Perlawanan Akhir Liga Juara-Juara UEFA. Pepsi ialah penyokong paling ikonik dan peminat lama sukan permainan yang hebat di dunia, dan pada tahun ini kami akan membawakan kempen bola sepak global kami dari padang hinggalah bangku penonton – meraikan dan mencetuskan nyalaan semangat yang tersebar luas yang dibawa oleh peminat di sekeliling kita, sekali gus menunjukkan kepada dunia betapa pentingnya menghidupkan dan menyukai permainan bola sepak."*

Menerusi filem lagu bersemangat peminat setia berjudul "[We Know How Much It Means](#)," Pepsi mengalihkan tumpuan kepada para peminat itu sendiri dan pelbagai detik yang membangkitkan semangat sepanjang permainan bola sepak – bermula dengan ketegangan dan gurauan ketika persediaan sebelum perlawanan, sehinggalah detik turun naik dalam perlawanan itu sendiri, kepada lonjakan keriang mahupun ratapan kekecewaan tatkala wisel penamat ditiupkan. Pepsi menggambarkan sejauh mana detik-detik keghairahan ini adalah relevan dengan permainan bola tempatan di taman bersama rakan-rakan dan juga di stadium-stadium yang terhebat di seluruh dunia.

Kempen beraneka kandungan akan diperkenalkan merentasi hampir 75 negara untuk mencetuskan, menghubungkan dan menyebarkan semangat peminat bermula dengan pusingan kalah mati hinggalah Perlawanan Akhir Liga Juara-Juara UEFA. Selain kandungan kreatif, program reka bentuk inovatif yang melonjakkan kegirangan peminat yang memberikan sokongan dipaparkan pada pembungkusan, di luar rumah dan dalam kedai menerusi lambang Pepsi penuh dengan penawaran berwarna biru, hitam dan perak. Kandungan eksklusif yang sentiasa tersedia dan elemen kreatif media sosial yang boleh dikongsi dimeriahkan menerusi perkongsian global bersama-sama dengan organisasi-organisasi peminat bola sepak utama, Copa90 dan Bleacher Report. Perkongsian pertama yang seumpamanya ini akan menghasilkan kandungan dalam talian yang unik bersama pelbagai pencipta dalam kalangan peminat dari seluruh dunia untuk mengungkapkan keghairahan bola sepak yang benar-benar asli dan berfokuskan peminat. Memiliki detik-detik mudah alih, kandungan tersebut akan disiarkan secara langsung menerusi Facebook, Instagram Stories dan Snapchat. Di samping itu, tiket percuma akan memberikan peluang kepada peminat setia untuk menunjukkan sejauh mana mereka berusaha untuk mendapatkan hadiah sekali seumur hidup, tidak lain dan tidak bukan tiket untuk menghadiri acara sukan tahunan terbesar dunia, Perlawanan Akhir Liga Juara-Juara UEFA!

Latar Belakang PepsiCo

Produk-produk PepsiCo dinikmati oleh pengguna sebanyak satu bilion kali sehari di lebih 200 negara dan kawasan di seluruh dunia. PepsiCo menjana perolehan bersih melebihi \$63 bilion pada tahun 2015,

didorong oleh portfolio makanan dan minuman yang saling melengkapi, termasuk Frito-Lay, Gatorade, Pepsi-Cola, Quaker dan Tropicana. Portfolio produk PepsiCo terdiri daripada pelbagai pilihan makanan dan minuman yang lazat, termasuk 22 jenama yang menjana anggaran jualan runcit tahunan melebihi \$1 bilion setiap satu.

Prinsip asas PepsiCo ialah Prestasi Bermatlamat iaitu kepercayaan asas kami bahawa kejayaan syarikat kami berkait rapat dengan kelestarian dunia di sekeliling kita. Kami percaya bahawa usaha untuk terus meningkatkan produk yang kami jual, beroperasi secara bertanggungjawab untuk melindungi bumi kita dan memperkasakan orang ramai di seluruh dunia ialah aspek-aspek yang membolehkan PepsiCo mengendalikan syarikat bertaraf global yang berjaya yang mencipta nilai jangka panjang untuk masyarakat serta pemegang saham kami. Untuk maklumat lanjut, sila layari www.pepsico.com.

Latar Belakang UEFA

UEFA – Kesatuan Persatuan Bola Sepak Eropah – ialah badan pentadbir sukan bola sepak Eropah. Badan ini merupakan badan penaung kepada 55 persatuan bola sepak kebangsaan di serata Eropah. Objektifnya adalah untuk menangani semua persoalan berkaitan dengan bola sepak Eropah, mempromosikan bola sepak menerusi semangat kesatuan, perpaduan, keamanan, persefahaman dan permainan bersih yang adil, tanpa sebarang diskriminasi dari segi politik, kaum, agama, jantina atau apa-apa alasan lain, untuk melindungi nilai-nilai sukan bola sepak Eropah, mengekalkan hubungan dengan semua pihak berkepentingan yang terlibat dalam sukan bola sepak Eropah, selain menyokong dan melindungi anggota persatuan demi kesejahteraan sukan permainan Eropah secara menyeluruh.

HUBUNGI: PepsiCo: Nicole Tronolone, Nicole.Tronolone@pepsico.com; Bahagian Media & Perhubungan Awam UEFA: media@uefa.ch / +41 (0) 848 04 27 27