

Pepsi leva a África e o futebol para universo virtual

Como parte da campanha futebol, marca turбина o Digital com concurso cultural, realidade aumentada, bastidores, além de entrevistas com jogadores e o rapper Akon



The image shows a screenshot of the Pepsi website for the 'Futebol' campaign. The top navigation bar includes the Pepsi logo and menu items: DO SEU JEITO, VANTAGENS, DIVERSÃO, 24H PEPSI, NOVIDADES, ENTRAR, and NOVO USUÁRIO. The main banner features a group of soccer players with colorful body paint, with the hashtag #10 Kaká visible. Below this, another banner shows five players with body paint, labeled with their names: Lampard, Messi, Kaká, Drogba, and Henry. To the right, the text reads: SERÃO ADVERSÁRIOS EM JUNHO, MAS AGORA ESTÃO JUNTO. The bottom section includes a contest announcement: Concurso encerrado. Em breve conheça os vencedores. A can of Pepsi is shown with the text: Você já equilibra coisas demais. Uma parte, a gente ajuda. To the right, a can of Pepsi is shown with the text: As melhores músicas numa rádio. Escute NE. The footer contains links for CONTATO, TERMOS E CONDIÇÕES, and POLÍTICA DE PRIVACIDADE, along with a dropdown menu for SEU PAÍS: BRASIL and a COMPARTILHA button.

São Paulo, abril de 2010 – A África, tema da nova campanha “Futebol” da Pepsi, com astros da bola como Kaká, Messi, Thierry Henri e Drogba, e a trilha Oh África cantada pelo rapper Akon e pela cantora sul-africana Keri Hilson, invade o mundo virtual. O site www.pepsi.com.br vai hospedar vários conteúdos relacionados ao tema, como entrevistas com jogadores, making of do comercial, vídeo clipe da trilha Oh África, além de um concurso cultural e um game de realidade aumentada.

Entre as principais novidades do site, está o concurso cultural “Comemore de Corpo e Alma”. A inspiração para o concurso vem da própria campanha com os jogadores e Akon, que têm seus corpos pintados, numa alusão à pintura dos guerreiros como forma de comemorar as ocasiões festivas dos africanos. Para participar, o usuário deve enviar uma foto para o site www.pepsi.com.br mostrando como comemoraria sua paixão pelo futebol. Depois é só divulgar para os amigos na rede social. As imagens mais comentadas pelos usuários serão submetidas a um júri, que irá selecionar 10 vencedoras. O primeiro lugar ganha uma TV 42 polegadas, um home theater, um kit Akon com CD e DVD, além de um kit com produtos Pepsi. As outras nove fotos selecionadas ganham um CD do Akon e um kit com produtos Pepsi.

Já a realidade aumentada vai levar os internautas para um game interativo e diferenciado. Para entrar no jogo chamado “3 contra 3”, basta colocar uma lata ou rótulo de Pepsi em frente à webcam do computador e a mesma “lê” o logo (como uma forma de código) e dá início ao jogo. O game é inspirado no mundo da bola, possui 3 cenários diferentes e o internauta deve impedir que os jogadores da Pepsi marquem gols. Além de ativar o jogo, a lata ou rótulo são usados também para jogar, ou seja, é o movimento da lata que faz com que o campo e os jogadores se movam. Outra particularidade é que um grito do jogador ativa personagens especiais, que entram em campo para deixar a partida ainda mais divertida. Tudo é ambientado num campo de futebol virtual, proporcionado pela realidade aumentada.

No embalo

No site, o internauta pode assistir a uma entrevista exclusiva que Akon deu para a Pepsi em sua recente turnê no Brasil. O rapper explica as razões que o levaram a fechar essa parceria e a importância da iniciativa da empresa em doar parte da renda obtida com a venda da música para a Konfidence Foundation (www.konfidence.org), entidade criada pelo cantor. A fundação de Akon se dedica a aumentar a consciência pública sobre as condições na África e proporcionar aos jovens africanos acesso aos ambientes de aprendizagem e de lazer.

Para Luciana Fortuna, diretora de marketing da Divisão de Bebidas da PepsiCo Brasil, “Oh África” é uma campanha que traduz o espírito de Pepsi, além de contemplar um compromisso social. “Estamos realmente animados com ‘Oh Africa’, a música tem um som incrível e o ritmo expressa a cultura e a alegria dos africanos, muito similares à do povo brasileiro. A escolha de Akon foi natural porque, além de ser um grande músico, ele é um filantropo. E a campanha é sensacional e vibrante, assim como a Pepsi”.

Ainda no site estão conteúdos exclusivos do comercial, que já está entre os vídeos mais vistos do mundo segundo o ranking da Advertising Age, e mostra os astros da bola jogando uma “pelada” com o time local, no qual a quadra e os limites do gol são feitos pelas próprias pessoas que assistem à partida.

Wallpapers, bastidores do comercial, uma série de virais, entrevistas com Kaká e outros jogadores também estão no site.

PepsiCo no Brasil

A Divisão de Bebidas da PepsiCo está presente no Brasil desde 1953 com a marca Pepsi-Cola. A PepsiCo é a quinta maior empresa do segmento de bebidas e alimentos do mundo. Maior mercado na América do Sul, o Brasil vem se mostrando para a Pepsi-Cola mundial um amplo campo para crescimento em longo prazo. Grande parte deste aumento é resultado da expansão da distribuição da Pepsi, hoje realizada por meio da rede da AmBev.

Sobre a PepsiCo

A PepsiCo foi fundada em 1898 nos Estados Unidos e atualmente é uma das maiores companhias de alimentos e bebidas do mundo com faturamento em 2008 de US\$ 43 bilhões. A companhia emprega mundialmente aproximadamente 200.000 funcionários e seus produtos são comercializados em mais de 200 países. No Brasil, a companhia tem feito parte da vida e do dia-a-dia dos brasileiros desde 1953 através de marcas preferidas e líderes de mercado como Elma Chips e Lucky (snacks), Quaker (cereais), Toddy e Toddynho (achocolatados), Coqueiro (pescados), Gatorade e Propel (bebidas esportivas), Lipton (chá pronto), Frutzzz, H2OH! e Pepsi-Cola (bebidas com gás) e Kero Coco e Trop Coco (água de coco). A PepsiCo conta com 14 plantas estrategicamente localizadas por todo o território nacional e 9 mil funcionários, além de quase 100 filiais de vendas de onde são distribuídos produtos inovadores que lideram a preferência dos consumidores e estão presentes no café da manhã, no almoço, no lanche e no jantar de milhões de brasileiros.

Para mais informações acesse www.pepsico.com.br ou www.pepsico.com.

Acompanhe a Pepsi na Internet

www.pepsi.com.br

Twitter:

<http://twitter.com/pepsibr>

Orkut:

Comunidade "Pepsi Brasil"

Facebook:

Pepsi Oficial

Informações para a imprensa

In Press Porter Novelli

Roberta Pavon – 11. 3323-1594

roberta.pavon@inpresspni.com.br

Tatiana Souza – 11. 3323-1594

tatiana.souza@inpresspni.com.br

Pauta Assessoria

Vera Carneiro - 51 9696 0909

vera@pautaassessoria.com.br

Joelma Terto - 51 9992 7654

joelma@pautaassessoria.com.br