

CHEETOS® agora está ainda melhor

PepsiCo, fabricante dos salgadinhos ELMA CHIPS®, apresenta o novo perfil nutricional de CHEETOS®, com 25% menos gordura saturada e sódio

São Paulo, julho de 2010 – Favoritos dos pequenos, os produtos da linha CHEETOS® têm agora um novo perfil nutricional e estão melhores do que nunca. Elaborado com óleo extraído da semente de girassol, um óleo diferenciado e grande aliado das dietas balanceadas, o produto apresenta hoje 25% menos gordura saturada e sódio quando comparado a produtos similares do mercado, o que contribui para uma alimentação mais equilibrada.

Presente desde 1976 no Brasil, CHEETOS® sempre esteve muito próximo dos consumidores graças às inovações que trouxe ao mercado, conquistando-os com sabores inconfundíveis. Alinhada a essa postura, a marca realizou recentemente estudo com grupos de mães, em que foi identificada a demanda por opções de snacks que sejam gostosos e ao mesmo tempo mais nutritivos, para o momento de diversão.

“Desse desejo, foi realizada a mudança no perfil nutricional de CHEETOS® que resultou em um produto mais nutritivo, sem que fosse preciso deixar de lado o sabor, a praticidade e a diversão que sempre foram características da linha”, conta Carlos Ricardo Araújo, vice-presidente de Marketing de Alimentos da PepsiCo.

O óleo de girassol é um óleo vegetal com características nutricionais diferenciadas, por conter predominância de gorduras insaturadas (poliinsaturadas e monoinsaturadas). Pesquisas comprovam que as gorduras insaturadas ajudam a diminuir o colesterol total e LDL (o chamado colesterol ruim).

CHEETOS® é feito com farinha de milho, um cereal gostoso e nutritivo, fonte natural de energia, e é assado: sua textura é o resultado de um processo no qual a massa é assada em um forno de altíssima temperatura até que fique dourada e crocante. Além disso, os snacks da linha têm 0% de gorduras trans e não contêm corantes artificiais ou conservantes.

“Com a novidade, a PepsiCo do Brasil reitera seu compromisso com a satisfação e bem estar de seus consumidores, além de fomentar hábitos alimentares mais equilibrados, o que está alinhado à sua estratégia de crescimento sustentável”, afirma Carlos Ricardo. Balizada na visão de negócio Performance com Propósito, a filosofia da empresa se traduz no compromisso de gerar crescimento sustentável e ao mesmo tempo deixar um impacto positivo na sociedade, o que inclui atender às necessidades dos consumidores ao oferecer alimentos e bebidas de qualidade.

Novas Embalagens

Ainda mais vibrantes, bonitas e coloridas, as novas embalagens de CHEETOS® assim como o irreverente personagem CHESTER CHEETAH®, foram reformulados e estão mais modernos. Agora, CHESTER CHEETAH® estrela as embalagens na companhia de outros animais que são seus companheiros em suas aventuras pela preservação da

selva, ilustrando assim sua nova personalidade, mais companheiro, amigo, corajoso e seguro, além de divertido e aventureiro como sempre.

As ilustrações dos pacotes também destacam os importantes aspectos nutricionais da linha, com ícones que indicam que o produto é feito com óleo de Girassol, tem 25% menos sódio e 25% menos gordura saturada quando comparado a produtos similares do mercado e é 'Assado'.

Campanha e Cine CHEETOS®

A campanha de divulgação da melhora nutricional e novo posicionamento de CHEETOS® será veiculada em revistas femininas, nos pontos de vendas (serão utilizados cartazes, faixas, forração diferenciada e um display exclusivo) e também na televisão.

Serão dois comerciais com 30 segundos de duração, que acompanham as aventuras de CHESTER CHEETAH®. Os filmes, desenvolvidos pela agência Almap, estrelam o personagem em uma missão para salvar outros animais e retornar à floresta, e serão exibidos a partir de agosto em tevê aberta.

Para levar a história de Chester além da televisão, durante o mês de outubro, os consumidores poderão participar da ação Cine CHEETOS®: uma carreta cinema itinerante com capacidade para 90 telespectadores que veiculará um filme educativo com o personagem em tecnologia 3-D. A carreta do Cine CHEETOS® realizará 600 sessões e passará por diversas cidades dos estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná.

"Vale lembrar que a PepsiCo é uma das empresas signatárias do Compromisso Público (Pledge) sobre a publicidade e marketing de produtos direcionados a crianças, ou seja, toda a campanha de CHEETOS® segue as diretrizes acordadas no compromisso público", destaca Carlos Ricardo. Assinado em agosto de 2009, o documento formaliza o compromisso de empresas do setor a tornar públicas suas políticas individuais voltadas à publicidade de seus produtos direcionados às crianças.

Na PepsiCo, a propaganda de refrigerantes já não é dirigida às crianças menores de 12 anos, em consonância com os compromissos assumidos pelo ICBA (International Council of Beverage Association) e endossados pela ABIR (Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e de Bebidas Não Alcoólicas) em 2008. A publicidade de outros alimentos ou bebidas é dirigida a menores de 12 anos somente quando o produto em questão atender a critérios nutricionais específicos baseados em evidências científicas. No caso de CHEETOS®, o produto possui 25% menos gordura saturada e 25% menos sódio, além de ser assado, feito de milho, não conter gordura trans e ter alto teor de ácido fólico.

| CHEETOS® Bola Queijo Suíço | | |
|----------------------------|-------------------|----------|
| INFORMAÇÃO NUTRICIONAL | | |
| Porção de 25 g (2 xícaras) | | |
| Quantidade por porção | | % VD (*) |
| Valor energético | 116 kcal = 487 kJ | 6% |
| Carboidratos | 18 g, dos quais: | 6% |
| Açúcares | 0 g | ** |
| Proteínas | 1,6 g | 2% |
| Gorduras totais | 4,3 g | 8% |
| Gorduras saturadas | 0,9 g | 4% |
| Gorduras <i>trans</i> | 0 g | ** |
| Gorduras monoinsaturadas | 2,7 g | ** |
| Gorduras poliinsaturadas | 0,5 g | ** |
| Colesterol | 0 mg | 0% |
| Fibra alimentar | 0 g | 0% |
| Sódio | 169 mg | 7% |
| Potássio | 31 mg | ** |
| Ácido Fólico *** | 28 mcg | 12% |

| CHEETOS® Lua Queijo Parmesão | | |
|------------------------------|-------------------|----------|
| INFORMAÇÃO NUTRICIONAL | | |
| Porção de 25 g (2 xícaras) | | |
| Quantidade por porção | | % VD (*) |
| Valor energético | 121 kcal = 508kJ | 6% |
| Carboidratos | 17 g, dos quais: | 6% |
| Açúcares | 0 g | ** |
| Proteínas | 1,5 g | 2% |
| Gorduras totais | 5,2 g, das quais: | 9% |
| Gorduras saturadas | 1,2 g | 5% |
| Gorduras <i>trans</i> | 0 g | ** |
| Gorduras monoinsaturadas | 3,3 g | ** |
| Gorduras poliinsaturadas | 0,5 g | ** |
| Colesterol | 0 mg | 0% |
| Fibra alimentar | 0 g | 0% |
| Sódio | 158 mg | 7% |
| Potássio | 63 mg | ** |
| Ácido Fólico *** | 35 mcg | 15% |

| CHEETOS® Onda Queijo Requeijão | | |
|--------------------------------|-------------------|----------|
| INFORMAÇÃO NUTRICIONAL | | |
| Porção de 25 g (2 xícaras) | | |
| Quantidade por porção | | % VD (*) |
| Valor energético | 125 kcal = 525kJ | 6% |
| Carboidratos | 17 g, dos quais: | 6% |
| Açúcares | 0 g | ** |
| Proteínas | 1,6 g | 2% |
| Gorduras totais | 5,6 g, das quais: | 10% |
| Gorduras saturadas | 1,3 g | 6% |
| Gorduras <i>trans</i> | 0 g | ** |
| Gorduras monoinsaturadas | 3,2 g | ** |
| Gorduras poliinsaturadas | 0,6 g | ** |
| Colesterol | 0 mg | 0% |
| Fibra alimentar | 0 g | 0% |
| Sódio | 99 mg | 4% |
| Potássio | 84 mg | ** |
| Ácido Fólico *** | 40 mcg | 17% |

Informações ao Consumidor

- Preço sugerido ao consumidor da embalagem com 40 gramas: R\$ 1,00.
- SAC PEPSICO 0800 703 4444
- www.pepsico.com.br e www.elmachips.com.br

Sobre a PepsiCo

A PepsiCo foi fundada em 1898 nos Estados Unidos e atualmente é a segunda maior companhia de alimentos e bebidas do mundo, com faturamento em 2009 de US\$ 60 bilhões. A companhia emprega mundialmente aproximadamente 300.000 funcionários e seus produtos são comercializados em mais de 190 países. Seus principais negócios incluem: Frito-Lay (snacks) Pepsi-Cola, Gatorade, Tropicana (bebidas) e Quaker (Cereais). Seu portfólio inclui 19 marcas que geram cada US\$ 1 bilhão anualmente.

No Brasil desde 1953, a PepsiCo atua no mercado por meio de marcas preferidas e líderes de mercado como Quaker (cereais), Toddy e Toddynho (achocolatados), Coqueiro (pescados), Elma Chips e Lucky (snacks), Gatorade e Propel (bebidas esportivas), Lipton (chá pronto, em parceria com a Unilever), Kero Coco e Trop Coco (água de coco), H2OH!, Frutzzz e Pepsi-Cola (bebidas com gás).

A companhia conta com 14 plantas e cerca de 100 filiais de vendas localizadas em todo território brasileiro e com o talento de quase 10 mil funcionários que já elegeram a empresa por 10 vezes como uma das melhores para se trabalhar no Brasil (segundo pesquisa da Revista Exame e FIA – USP). Desde 1997, a companhia mantém estreita parceria com a AmBev - Companhia de Bebidas das Américas - para a produção, comercialização e distribuição do portfólio de bebidas aos mais de um milhão de pontos de venda pelo país.

A estratégia de crescimento sustentável da PepsiCo está balizada na visão de negócio Performance com Propósito, que traduz o compromisso em gerar resultados saudáveis ao mesmo tempo em que é deixado um impacto positivo na sociedade. Isto inclui atender às necessidades dos consumidores ao oferecer alimentos e bebidas de qualidade, reduzir os impactos da companhia no ambiente através de iniciativas focadas em água, energia e embalagens; e promover uma cultura de diversidade e inclusão que propicie crescimento profissional e pessoal de seus funcionários. A PepsiCo é uma das empresas listadas no Índice de Sustentabilidade Dow Jones.

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

Assessoria de Imprensa PepsiCo

Imagem Corporativa

Patrícia Batista - 11 3526-4521

Flávia Araujo – 11 3526-4523

pepsico@imagemcorporativa.com.br