

GÊMEAS DO NADO SINCRONIZADO EM “GUERRA DE TRAVESSEIROS”

São Paulo, junho de 2011 - Após o grande sucesso do filme com o final em que as gêmeas Bia e Branca Feres tomam banho de banheira, executando movimentos do nado sincronizado, o “Pode ser Pepsi” volta à TV em nova versão: o segundo final mais votado pelos consumidores, no qual os três personagens participam de uma guerra de travesseiros, também pode ser conferido na TV.

Criado pela AlmapBBDO, o filme começa com um garçom de uma lanchonete do aeroporto falando para um cliente “Só tem Pepsi. Pode ser?”. O garoto aceita, dá um gole enquanto a locução em off explica: “já reparou que o pode ser, pode ser cada vez melhor?” e a cena é cortada para dentro de um avião. A aeromoça avisa o garoto: “Só tem lugar no meio, pode ser?”. Sem olhar para o assento ele aceita e acaba sentando na poltrona entre as gêmeas do nado sincronizado. Na próxima cena, os três personagens estão tentando pegar um taxi debaixo de uma chuva muito forte. As gêmeas perguntam se eles podem dividir um carro e ele logo diz: “Pode!”. Em seguida, eles estão na recepção de um hotel fazendo o check-in e o recepcionista explica: “Só tem um quarto disponível, pode ser?”. Na última cena, os três estão em cima da cama, numa divertida guerra de travesseiros.

Para os consumidores que quiserem conhecer um pouco mais sobre Bia e Branca, a Fan Page da marca apresenta um quiz, no qual a dupla responde algumas perguntas de forma irreverente e o usuário pode tentar adivinhar qual foi a resposta delas. Após responder dez questões, o internauta acumula pontos e, no final, vê o quanto sabe sobre as duas.

Para conferir, acesse: <http://www.facebook.com/PepsiBrasil>

Acompanhe a Pepsi na Internet

www.pepsi.com.br

Twitter: <http://twitter.com/pepsibr>

Orkut: Comunidade “Pepsi Brasil”

Facebook: Pepsi Brasil

Sobre a PepsiCo do Brasil

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 285.000 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®**, **LUCKY®** e **EQLIBRI®** (snacks), **GATORADE®** e **PROPEL®** (bebidas esportivas), **LIPTON®** (chá pronto, em parceria com a Unilever), **KERO COCO®** e **TROP COCO®** (água de coco), **H2OH!®** e **PEPSI-COLA®** (bebidas com gás).

No total, a companhia conta com 15 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 11 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 de Pepsi, H2OH!, Gatorade e Lipton 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 de alcançar crescimento sustentável investindo em um futuro mais saudável para as pessoas e para o planeta. 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.