

## **RUFFLES® propõe sociedade ao criador de um novo sabor para a marca**

*Linha de snacks da PepsiCo faz investimento recorde em publicidade para convidar público a escolher o novo sabor da batata mais consumida do Brasil*

São Paulo, 28 de fevereiro de 2011 – Em seu aniversário de 25 anos no mercado brasileiro, a linha de snacks RUFFLES®, marca da PepsiCo, quer continuar inovando e ouvindo seus consumidores. Em ação inédita, convida quem mais entende da marca a sugerir o novo sabor da batata mais amada do país: seus consumidores. Além de ver seu sabor nas gôndolas de todo o país, o criador do sabor escolhido irá receber um prêmio de R\$50 mil em barras de ouro e vai se tornar uma espécie de sócio da PepsiCo, recebendo 1% sobre todo faturamento líquido gerado pelo novo produto, durante pelo menos seis meses.

Para participar da promoção “RUFFLES®: Faça-me um sabor™”, basta acessar o site [www.ruffles.com.br](http://www.ruffles.com.br) até 15 de abril, sugerir um nome para o sabor proposto, descrever seus principais ingredientes e enviar uma imagem que ilustre a inspiração para esse novo sabor. As idéias serão avaliadas por uma comissão julgadora que selecionará os 3 melhores sabores. Esses 3 finalistas já serão contemplados com R\$20 mil em barras de ouro. De julho a setembro, as novas versões estarão disponíveis para venda, experimentação e avaliação dos consumidores. A partir daí, será selecionado o sabor campeão, a ser anunciado em outubro, com base na performance de vendas dos sabores, e na votação dos consumidores (ponderação 60% / 40%).

“Mais do que buscar um novo sabor que conquiste o consumidor, a PepsiCo quer ouvir e estar próxima do público de RUFFLES®, que é jovem, antenado e colaborativo. Queremos que nosso público continue fazendo parte da história da marca” – declara Renata Figueiredo, diretora de marketing da PepsiCo. “É a primeira vez, no Brasil, que uma campanha da PepsiCo oferece não apenas prêmios, mas também parte dos lucros pela participação do público, como um reconhecimento pela sua ajuda.” – complementa Renata.

A campanha de lançamento da promoção “RUFFLES®: Faça-me um sabor™”, será exibida nacionalmente a partir de 10 de março na televisão aberta - com vídeos assinados pela agência AlmapBBDO – e ações em internet e ponto-de-venda. A inovadora proposta de engajar o público de RUFFLES® na criação de um novo sabor do produto teve grande sucesso em países como Inglaterra, Austrália, África do Sul e Turquia, onde também foi realizada a promoção com mecânica similar “Do us a flavour™”. No Brasil, a campanha “RUFFLES®: Faça-me um sabor™” representa o maior investimento já feito na marca.

Para a realização da promoção, a PepsiCo terá o desafio de desenvolver e lançar produtos e embalagens, assim como distribuir os produtos, em tempo recorde. “Um novo produto leva cerca de seis meses para ser desenvolvido e distribuído para todo o território nacional. Já para os três sabores finalistas da campanha RUFFLES®, teremos apenas dois meses para concluir todo esse processo” – conta Renata.

Presente há 25 anos na vida dos brasileiros, RUFFLES® é reconhecida até hoje como “A batata da Onda”, slogan de sua campanha de lançamento, sendo a batata mais vendida no país. Hoje, a marca conta com três sabores em seu portfólio – Original, Cebola e Salsa, Churrasco, além de sabores com edição limitada, como é o caso de Pizza e Fresh Lemon, que esteve disponível neste verão. Em 2010 a marca lançou também sua versão Fit nos sabores Original e Queijo Tempero. RUFFLES® Fit possui 75% menos gorduras saturadas e 25% menos sódio.

### **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 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 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.

**Para saber mais sobre a PepsiCo, acesse [www.pepsico.com.br](http://www.pepsico.com.br) ou acompanhe:**

Twitter: [@PepsicoBrasil](https://twitter.com/PepsicoBrasil)

Facebook: <http://www.facebook.com/PepsicoBrasil>

Orkut: <http://www.orkut.com.br/Main#Profile?uid=2111816987361294270>