*Informacja dla mediów*

**Lay’s towarzyszem domowych seansów filmowych**

*Warszawa, 17 lutego 2021 r.*

***Trwa 4. edycja najbardziej filmowej kampanii promocyjnej marki Lay’s pod hasłem „Filmy smakują lepiej z Lay’s”. Po raz kolejny wiodący producent chipsów ziemniaczanych, firma PepsiCo, chce przekonać Polaków że najlepsze wrażenia podczas oglądania filmów zapewniają przekąski marki Lay’s. Oprócz znanych już na rynku wariantów smakowych, konsumenci będą mogli spróbować dwóch nowych, limitowanych smaków. Kampania potrwa do końca kwietnia 2021 roku.***

Zima to czas, kiedy więcej czasu spędzamy w domu, a w długie wieczory chętniej chwytamy pilot do telewizora, aby z przyjemnością wrócić pamięcią do filmowych klasyków lub odkrywać ostatnie nowości filmowe. Dla większości oglądanie filmów to wielka przyjemność, a wiele osób chce zakosztować prawdziwie kinowych wrażeń na domowej kanapie.

*– Najłatwiej jest wówczas sięgnąć po jedną z ulubionych przekąsek Polaków, czyli chipsy ziemniaczane. Nie ma znaczenia, czy nasze ulubione filmy oglądamy z przyjaciółmi czy z rodziną, ponieważ wybór wariantów smakowych Lay’s jest na tyle duży, że każdy znajdzie coś dla siebie –* powiedziała Natalia Walencik, Junior Brand Manager Lay’s w PepsiCo. *– Dodatkowo, w tegorocznej edycji naszej kampanii „Filmy smakują lepiej z Lay’s” zaoferujemy konsumentom dwa limitowane i bardzo apetyczne smaki – Roasted Chicken (o smaku pieczonego kurczaka) oraz Cheese & Ham (o smaku szynkowo-serowym)* – dodała Natalia Walencik.

Idea kreatywna kampanii „Filmy smakują lepiej z Lay’s” pojawia się we wszystkich kanałach komunikacji – od [pełnej energii reklamy telewizyjnej](https://www.youtube.com/watch?v=t8j-C6V1bU8) ze ścieżką dźwiękową pochodzącą z utworu „Don’t Worry” zespołu Madcon, po kreacje digitalowe w najważniejszych portalach społecznościowych, takich jak Facebook, YouTube, czy Instagram, a także portalach filmowych. Silną kampanię 360° dopełniają działania influencerskie na TikToku oraz aktywacja konsumencka w filmowym klimacie na profilach uznanych twórców internetowych, w tym m.in. Jakoba Kosela oraz Michała Mikołajczaka.

Za strategię digital, koncept kreatywny i kampanię w mediach społecznościowych odpowiada agencja VMLY&R. Adaptację trwającego 15 sekund spotu TV przygotowała agencja BBDO Warszawa. Za planowanie i zakup mediów oraz współpracę z influencerami odpowiada dom mediowy Media Direction OMD.

Oprócz kampanii 360° i dwóch nowych wariantów smakowych z edycji limitowanej, dodatkowym silnym elementem kampanii są materiały POS dostępne w sklepach w całej Polsce – wszystkie nawiązują do okazji konsumpcji związanej z oglądaniem filmów, mocno podkreślając filmowe skojarzenia z marką Lay’s. Za komunikację w mediach odpowiedzialna jest agencja Questia *Communications Management Consultants.*

**\*\*\***

**O firmie PepsiCo**

Konsumenci w ponad 200 krajach i regionach na całym świecie sięgają po produkty firmy PepsiCo ponad miliard razy dziennie. Łączny przychód netto pochodzący ze sprzedaży uzupełniającej się oferty produktów żywnościowych i napojów oferowanych przez przedsiębiorstwa Frito-Lay, Gatorade, Pepsi-Cola, Quaker i Tropicana, wchodzące w skład koncernu PepsiCo, wyniósł w 2019 roku ponad 67 mld dolarów amerykańskich. W swoim globalnym portfolio PepsiCo posiada szeroką i różnorodną ofertę produktów żywnościowych i napojów oferowanych pod wieloma markami, a każda z 23 najlepiej sprzedających się marek generuje w ciągu roku przychody na poziomie ponad miliarda dolarów amerykańskich.

W swoich działaniach PepsiCo kieruje się wizją „Winning with Purpose”, która wskazuje drogę do uzyskania statusu światowego lidera w obszarze wygodnych, gotowych do spożycia produktów żywnościowych i napojów. „Winning with Purpose” stanowi odzwierciedlenie aspiracji firmy, polegających na zrównoważonym podejściu do realizacji zamierzeń rynkowych i uwzględnianiu świadomie realizowanych celów we wszystkich aspektach naszej działalności.

Więcej informacji na temat PepsiCo jest dostępnych na globalnej witrynie pod adresem [www.pepsico.com](http://www.pepsico.com) oraz na polskiej stronie firmy [http://www.pepsicopoland.com](http://www.pepsicopoland.com/).

**Kontakt dla mediów:**

Julian Krzyżanowski
Menedżer ds. komunikacji korporacyjnej w PepsiCo
julian.krzyzanowski@pepsico.com
+ 48 782 892 258