Piacere, Lay’s

laysmed-a5a8c479

PepsiCo è da sempre considerata una total beverage company. Un concetto non del tutto esatto visto che il Gruppo vanta nella sua gamma un prodotto di grande appeal sul consumatore: le patatine Lay’s. *“Il marchio Lay’s racchiude in sé storia e tradizione* – spiega **Marcello Pincelli**, AD Italia del Gruppo – *Nato nel 1932 a Nashville (Tennessee) dal progetto di Herman Lay, nei 10 anni successivi è diventato uno dei primi brand al mondo ad avere una linea di produzione continua di patatine fritte e, nel 1944, è il primo marchio di snack ad andare in TV con uno spot pubblicitario. Dalla fusione con la Frito & Co., nel 1961 nasce la Frito-Lay che dopo 4 anni (1965) diventa il principale brand produttore di patatine fritte classiche e aromatizzate d’America. Nello stesso anno l’azienda Frito-Lay si fonde con Pepsi-Cola dando vita all’attuale società PepsiCo”.*

Quando è arrivato il marchio in Italia?
L’operazione si è concretizzata nel marzo 2014. Celebre il claim del debutto “Piacere, Lay’s”, una frase semplice ma d’effetto che gioca sul doppio significato della parola piacere.

Entriamo nel merito della gamma.
Sono 2 le diverse linee proposte attualmente: da una parte la gamma core, con il gusto Classico, Bacon, Ricetta Campagnola, Paprika Dolce e Xtra Barbeque, le patatine ondulate dal taglio spesso; dall’altra la novità della gamma rappresentata da Lay’s Mediterranee, le patatine 100% Oliodi Oliva, su cui stiamo focalizzando le nostre strategie di comunicazione. Anche a livello commerciale abbiamo una grande novità: dopo una partnership durata più di un triennio con Ferrero, che si è occupata della distribuzione e vendita del brand, da luglio (2017) Lay’s è gestita totalmente al 100% da PepsiCo Italia anche nell’area commerciale.

Avete puntato molto sulla comunicazione diventando sponsor della Uefa Champions League e Official Chips di Juventus e Napoli. Ma la grande visibilità è legata al talent X Factor.
Proprio così. Con X Factor abbiamo voluto esplorare nuovi contesti di comunicazione e la partnership col programma è stata per noi una scelta molto importante. Lay’s è un marchio che da sempre stimola momenti di condivisione e mette al centro il divertimento dei propri fan. Con questa sponsorizzazione

abbiamo puntato a coinvolgere ancora di più i giovani mettendo in palio la possibilità di vivere esperienze nel mondo della musica e incoraggiandoli a esprimere il proprio talento.