Pepsi presenta il nuovo formato delle lattine “Sleek Can”

pepsi-cans-near1-41700b52

Il 2015 rappresenta un anno di trasformazioni per Pepsi, la storica cola inventata nel 1898 in Nord Carolina dal farmacista Caleb Bradham, nella versione classica e con le tre varianti Pepsi Twist, Pepsi Light e Pepsi Boom. Voglia di innovazione e ricerca di un’estetica di tendenza hanno determinato l’operazione di restyling dei pack che ha dato vita al formato “Sleek Can”, slanciato ed affusolato, in grado di rendere le lattine da 33 cl. più maneggevoli e al contempo raffinate.

L’Italia è uno dei primi Paesi in cui il gruppo PepsiCo, una delle più grandi compagnie al mondo nel settore food and beverage, propone le nuove lattine sleek su tutta la gamma prodotti, distribuita nei principali canali di vendita: dalla grande distribuzione al canale Ho.Re.Ca., alle catene della ristorazione.

Sleek_2015_PepsiRegular_1PEPSI REGULAR La cola dal sapore unico, ideale in ogni occasione. Gustosa, rinfrescante e dal sapore effervescente e deciso che ha reso la sua storia memorabile.

PEPSI TWIST La prima cola al limone, fresca, dissetante, e con quel gusto in più: unico e distintivo. Una bibita moderna, ideale per i giovani che amano sperimentare.

PEPSI LIGHT La cola senza zucchero, per chi alla vita vuole togliere le calorie… e regalare un po’ di leggerezza, senza mai rinunciare al gusto.Sleek_2015_PepsiBoom_1

PEPSI BOOM La cola senza caffeina: qualunque ora sia della giornata, è sempre il momento giusto per una Pepsi Boom.

Il restyling che ha portato al nuovo formato “Sleek” delle lattine a marchio Pepsi, si inserisce perfettamente nella nuova strategia di immagine che caratterizza il marchio. Recente è infatti la scelta di rappresentare Pepsi attraverso un’unica identità visiva globale, “Big Bold Blue”, che si concretizza in un packaging dal design essenziale, dove il colore blu è protagonista e il logo Pepsi ha una visibilità

significativa. Un’immagine unica, più grande e luminosa, che trasmette il messaggio di positività e ottimismo che il marchio vuole comunicare in tutti i paesi in cui Pepsi, la cola per antonomasia, è distribuita.

I prodotti PepsiCo sono scelti un miliardo di volte al giorno in più di 200 Paesi in tutto il mondo. PepsiCo ha generato più di 66 miliardi di dollari di fatturato netto nel 2013, grazie ad un portafoglio integrato Food&Beverage che comprende Frito-Lay, Gatorade, Pepsi-Cola, Quaker e Tropicana. Il portafoglio PepsiCo comprende una vasta gamma di prodotti sia nel food che nelle bevande, tra cui 22 marchi che generano più di 1 miliardo di dollari ciascuno di vendite al dettaglio stimate ogni anno.