**Pepsi Zero Sugar Lemon a Pepsi Zero Sugar Cherry: Epické duo nových příchutí**

Praha, 12. května 2025

**Po loňském globálním redesignu značky Pepsi, který přinesl moderní vizuální identitu inspirovanou ikonickým vzhledem z 80. let minulého století a přejmenování Pepsi Max na Pepsi Zero Sugar, má Pepsi další novinku. Ve své nabídce nápojů bez cukru uvádí na trh dvě nové příchutě: Pepsi Zero Sugar Lemon a Pepsi Zero Sugar Cherry. Tento krok odráží rostoucí trend variant bez cukru v segmentu kolových nápojů a reaguje na preference spotřebitelů, pro které jsou citron a třešeň jedněmi z nejvyhledávanějších příchutí.**

Pod novým sloganem „**Epic Duo, Epic Choice**" přináší Pepsi osvěžující chuťové novinky, které rozšiřují možnosti volby bez cukru. „*Pepsi je tu proto, aby vás povzbudila k výběru toho, co vám přináší radost. To je také hlavní poselství aktuální kampaně. Naše nové příchutě – Pepsi Zero Sugar Lemon a Pepsi Zero Sugar Cherry – přinášejí to nejlepší z Pepsi s osvěžujícími ovocnými tóny, které spotřebitelé milují,"* **říká Henrieta Galbavá, Brand Manager Pepsi.**

### **Marketingová kampaň: TAK JEDNODUCHÉ, JAK TO JEN JDE**

Uvedení nových variant s příchutí Pepsi Zero Sugar podpoří rozsáhlá marketingová kampaň. „*V kampani stavíme na jednom klíčovém prvku – jednoduchosti. Nepotřebujeme okázalé příběhy plné akce ani dramatické záběry. Žádné výbuchy, žádný humbuk. Je to prostě citron a Pepsi. Jednoduchá, ale epická kombinace,*" **vysvětluje manažerka značky Henrieta Galbavá.** Kampaň navazuje na redesign Pepsi, jehož cílem je oslovit novou generaci spotřebitelů a posílit pozici značky v celosvětovém měřítku. Síla této kampaně spočívá v její jednoduchosti. Méně je více, a to je přesně to, díky čemu vynikne. Sdělení přímo oslovuje generaci Z a příští generaci switcherů: autenticita nad leskem, skutečná chuť nad velkými řečmi. Je to odvážná, nesmlouvavá volba – přesně jako oni.

Kampaň zahrnuje televizní reklamu přizpůsobenou pro daný region, online propagaci prostřednictvím sociálních sítí a digitální reklamy, OOH reklamu, jako jsou billboardy a citylighty, PR podporu prostřednictvím mediální spolupráce a aktivace přímo v obchodech. Cílem kampaně je udělat z Pepsi Zero jasnou první volbu pro všechny, kdo dávají přednost cole bez cukru.

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

Značka Pepsi je součástí portfolia společnosti Mattoni 1873, největšího distributora nealkoholických nápojů ve střední Evropě, jehož kořeny sahají až do roku 1873 a do doby, kdy se v Karlových Varech narodil Heinrich Mattoni. Současnou podobu získala skupina v 90. letech 20. století díky významným investicím italské rodiny Pasquale, vyváží své výrobky do téměř 20 zemí světa a vlastní zahraniční značky minerálních vod v Rakousku, Maďarsku a Srbsku. V České republice, na Slovensku, v Maďarsku a Bulharsku je výhradním výrobcem a distributorem nealkoholických nápojů a pochutin PepsiCo.

<https://www.pepsi.cz/>

**Kontakt pro média**

Lutfia Miňovská, PR manažer Mattoni 1873

Telefon: 607 602 328  
E-mail: lutfia.minovska@mattoni.cz