

**Pressmeddelande
2007-05-xx**



The Black Eyed Peas till Stockholm tack vare Pepsi

Pepsi inleder en ny stor musiksatsning: ett globalt samarbete med hip hop-stjärnorna i The Black Eyed Peas. Bandet blir Pepsis affischnamn under hela 2007, och förutom reklamfilm och annonser omfattar samarbetet ett unikt Sverigebesök, en specialskriven låt och massor av möjligheter för fans att bli en del av bandets musik och deras konsert i Stockholm.

– När Pepsi kontaktade oss visste vi med en gång att vi ville skapa ett samarbete där våra fans kunde delta och bli en del av upplevelsen. Det har vi verkligen lyckats med, säger bandets frontfigur will.i.am.

I september inleder Fergie, will.i.am och de andra i The Black Eyed Peas sin "Pepsi Black, Blue and You Tour" med konserter i 13 städer världen över. Svenska fans kan glädja sig särskilt då den enda konserten i Västeuropa äger rum i Stockholm.

Som en del av kampanjen har The Black Eyed Peas skrivit och spelat in låten "More" exklusivt för Pepsi. Låten finns att ladda ned gratis på www.pepsimore.com där besökarna även har möjlighet att skapa egna remixar och ringsignaler. När will.i.am skrev "More" lämnade han avsiktligt en tom vers med syftet att konsumenterna och fans ska addera egen sång och på så vis skapa sina personliga versioner av "More". I Sverige kommer en jury utse det bästa bidraget och vinnaren får framföra låten under The Black Eyed Peas konsert i Stockholm.

På www.pepsimore.com kan man även se och ladda ned reklamfilmen "Jump" med The Black Eyed Peas i huvudrollerna. Filmen inleds då en man försöker köpa en Pepsi i en läskautomat. Burken fastnar och i frustration hoppar han så att golvet ger vika. Mannen brakar igenom taket och landar i The Black Eyed Peas studio där bandet spelar sin nya låt "More". Bandet spelar vidare och dansar tills även nästa golv ger vika. Så fortsätter resan, våningsplan för våningsplan, tills bandet slutligen landar i en nattklubb i husets källare.

– Det var viktigt för oss att reklamfilmen reflekterar hur vår vardag ser ut. Vi sjunger, spelar, dansar och har kul, säger The Black Eyed Peas sångerska Fergie.

Samarbetet med The Black Eyed Peas är Pepsis största musiksatsning i Sverige någonsin. Kampanjen, som inleds i juni omfattar tv-reklam, radio, utomhus- och printannonsering, en sommarturné, specialdesignade Pepsi-etiketter samt en stor satsning på internet. Samtidigt lanseras "Pepsi Mobile" - ett program som enkelt laddas ned till mobiltelefonen. Med Pepsi Mobile kan konsumenterna under hela sommaren tävla om hundratals konsertbiljetter och mobiltelefoner, få maxade uppdrag, ladda ner gratis låtar och videoklipp och sist men inte minst få chansen att uppträda live under The Black Eyed Peas konsert i Stockholm.

– Pepsi har alltid drivits av en ungdomlig attityd och innovativ marknadsföring. Tillsammans med The Black Eyed Peas skapar vi den mest interaktiva konsumentkampanj vi någonsin genomfört, säger Fredrik Hjalms, marknadschef för PepsiCo i Sverige.

Pepsi har ett starkt musikengagemang och har samarbetat med flera av världens största artister, bland annat Britney Spears, Beyonce Knowles och Christina Aguilera.

Om The Black Eyed Peas

The Black Eyed Peas har vunnit tre Grammys och sålt Platinum många gånger om. De fick sitt globala genombrott i juni 2003 med sitt tredje album "Elephunk" som innehåller listettan "Where Is The Love?" samt Grammisbelönade singeln "Let's Get It Started". 2005 kom albumet "Monkey Business" med hitsinglar som "Don't Phunk With My Heart", "My Humps" och "Pump It". Albumet sålde trippelt platinum och totalt har The Black Eyed Peas sålt mer än 17 miljoner skivor över hela världen.

För högupplösta bilder eller mer information, vänligen kontakta:

Christian Åkerhielm, Jung, 08-52 70 80 90, 0737-22 23 64, christian@jungrelations.com

Jonas Sevenius, Jung, 08-52 70 80 90, 0708-15 11 14, jonas@jungrelations.com

Fredrik Hjalms, PepsiCo, 0708-28 97 72, fredrik.hjalms@intl.pepsico.com