



Pressmeddelande 2012-03-13

## **Nästa steg i P&G:s OS-sponsring inkluderar atleternas föräldrar: Angelica Bengtssons föräldrar till olympiska spelen i London 2012**

**Världens största producent av konsumentprodukter, Procter & Gamble, hyllar OS-atleternas föräldrar genom kampanjen "Tack mamma & pappa" inför de olympiska spelen i London 2012. Angelica Bengtssons föräldrar sponsras personligen och kommer få stödja sin dotter på plats under de olympiska spelen i London 2012.**

Många företag väljer att sponsra enskilda atleter, men i rollen som global sponsor av de olympiska spelen förnyar P&G sättet att hantera sponsring. Utöver den traditionella sponsringen av atleten, sponsras även atleternas föräldrar. I Sverige betyder det att Angelica Bengtssons föräldrar Elizete och Glenn Bengtsson åker till olympiska spelen i London för att på plats kunna följa kampen tillsammans med andra atleternas föräldrar från hela världen.

"Jag är glad att P&G har valt att sponsra både atleter och föräldrar med kampanjen "Tack mamma & pappa" då det ger oss möjligheten att få vara med på plats och supporta vår dotter under de olympiska spelen", säger Elizete Bengtsson. "Tvärtemot vad många tror så är det långt ifrån någon självklarhet att vi eller andra "OS-föräldrar" skall kunna följa våra barn på plats. Naturligtvis känns det mycket bra att kunna vara på plats i London med Angelica och stötta henne".

Peter Wallentin, PR Manager för P&G i Norden, förklarar bakgrunden till kampanjen:

"Vi vet att bakom de högpresterande atleterna finns fantastiska föräldrar som gett stöd och support under deras idrottskarriär. Därför har vi tagit fram den globala kampanjen "Tack mamma & pappa". Vi vill helt enkelt lyfta fram hur stor roll föräldrarna spelar i våra liv, inte minst för dessa elitidrottare. Det är också inom den ramen som vi inlett detta samarbete med Angelica Bengtssons föräldrar, som är ett mycket bra exempel på föräldrar som gjort skillnad för sin dotter", säger Peter Wallentin.

Under tävlingarna kommer Elizete och Glenn Bengtsson också att rapportera live från dotterns fight om guldmedalj, framgångar och motgångar i sociala medier och andra kanaler.

"Mina föräldrar har stöttat mig under hela min sportsliga karriär och har alltid funnits där för mig, så det känns fantastiskt att genom denna kampanj äntligen få ge dem något tillbaka. Att få möjligheten att ha båda mina föräldrar på plats i London kommer att ge mig en extra kick. Jag hoppas också att den här kampanjen hjälper till att belysa hur stor betydelse föräldrarna verkligen har för sina barns utveckling", säger Angelica Bengtsson.

**Fakta:**

- Sponsorskapet pågår fram till de olympiska sommarspelen 2020.
- 150 atleter världen över är tillsammans med sina föräldrar sponsrade under de olympiska spelen i London 2012.
- I Sverige sponsras Angelica Bengtsson och hennes föräldrar.
- I Norden sponsras danska bordtennisspelaren Michel Maze, norska simmaren Alexander Dale Oen och den finska längdhopparen Tommi Evilä och deras föräldrar.
- Kampanjen väntas inbringa 5 miljoner dollar för att fortsätta etablera och upprätthålla idrottsprogram för unga världen över.

**För ytterligare information angående sponsorskapet, vänligen kontakta:**

Peter Wallentin, PR Manager Procter & Gamble  
Telefon: +46 (0)761 393 156, e-mail: wallentin.p@pg.com

**För bilder eller andra pressfrågor, vänligen kontakta:**

Philip Sibirzeff, presskontakt MSL  
Telefon: +46 (0)8 550 511 99, e-mail: philip.sibirzeff@mslgroup.com

**P&Gs Olympiska sponsorskap**

Sponsorskapet tillsammans med Svenska Olympiska Kommittén är en del av samarbetet med Internationella Olympiska Kommittén (IOK) och kommer att fortlöpa under de fem kommande olympiska spelen, från OS i London 2012 fram till de Olympiska sommarspelen 2020. I P&Gs varumärkesportfölj rymmer hela 24 stycken varumärken som vart och ett årligen genererar över 1 miljard dollar och med de 4,4 miljarder människorna som P&G når, är detta det hittills största partnerskapet som gjorts inom de olympiska spelen.

Partnerskapet var en naturlig väg att gå för båda parter då IOKs syfte är att förbättra livet för människor genom sport och P&Gs mål är att nå och förbättra människors liv, idag och för kommande generationer. P&Gs sponsorskap och marknadsaktiviteter i London 2012 är ett första steg på ett långsiktigt globalt samarbete med IOK. Detta är det första sponsorskapet någonsin där en sponsor täcker in flera varumärken, och ger P&G rättigheter att marknadsföra över 30 produktkategorier i samband med över 200 nationella olympiska kommittéer.

**Om kampanjen Tack mamma & pappa**

P&G säger "Tack mamma & pappa" till alla föräldrar världen över. Den globala kampanjen handlar om att visa tacksamhet till de personer som gör familjelivet lyckat. Som en del av kampanjen samarbetar P&G med OS atleternas föräldrar för att ge personerna bakom medaljerna en chans att berätta sin historia. Under de Olympiska Spelen i London 2012 kommer föräldrarna att vara tillgängliga för media, men de kommer även att dela med sig av sina egna upplevelser genom P&Gs sociala mediakanaler. Kampanjmaterial kommer även att synas i butiker där P&Gs hela varumärkesportfölj kommer att vara tydligt länkade till de Olympiska Spelen.

**Procter & Gamble**

Mer än fyra miljarder gånger per dag använder människor världen över Procter & Gambles produkter i sin vardag. Företaget har ett stort utbud av konsumentprodukter, i Norden marknadsförs bland annat: Pampers, Always, Alldays, Yes, Ariel, Aussie, Head & Shoulders, Wella, Vicks, Pringles, Gillette, Oral-B, Duracell och Braun. Företaget har 127 000 anställda som arbetar i mer än 80 länder. För mer info, se <http://www.se.pg.com>