



Projet Ici c'est mieux Ici c'est Pepsi

Pour diffusion immédiate

Pepsi financera des idées positives grâce à des bourses de plus de 1 million de dollars dans le cadre du *Projet Pepsi Ici c'est mieux au Canada*

Une nouvelle enquête révèle que les Canadiens veulent améliorer leur monde mais n'en ont pas les moyens financiers ni le savoir-faire

Montréal (QC), le 26 mai 2010 – Une nouvelle enquête commandée par Pepsi indique que 92 pour cent de Canadiens aimeraient faire quelque chose pour améliorer le monde autour d'eux, mais faute d'argent et de savoir-faire, un grand nombre n'arrivent pas à concrétiser leurs idées.

Les Canadiens qui rêvent de changement auront maintenant les moyens de concrétiser leurs idées grâce au Projet Pepsi Ici c'est mieux au Canada, un mouvement précurseur visant à encourager l'innovation en matière de bien social. Au cours de la prochaine année, Pepsi donnera plus d'un million de dollars pour aider au financement d'idées de Canadiens, destinées à faire progresser le monde de façon positive.

« Le Projet Pepsi Ici c'est mieux suscitera un engagement social très important de la part des gens et envers le pouvoir des idées, et dès son élaboration, nous étions convaincus que tout un chacun, peu importe le lieu et le moment pourrait avoir de grandes idées, a déclaré Stacy Reichert, présidente de PepsiCo Canada Breuvages. Il ne s'agit pas d'une campagne; c'est une nouvelle façon de faire des affaires. Elle transcende le mécénat d'entreprise ou le marketing de la cause, en étant axé sur l'engagement profond du consommateur – et le pouvoir des idées des personnes afin de provoquer des changements positifs grâce à Pepsi. »

Voici la marche à suivre : Les Canadiens (individus ou organismes) peuvent visiter le site www.icicestmieux.com (en ligne le 18 avril 2010) pour en savoir davantage sur le programme et télécharger une trousse de soumission. Ensuite, le 1^{er} juin, ils peuvent soumettre leur idée pour obtenir une bourse dans l'une des six catégories suivantes : Santé, Arts et Culture, Nourriture et Logis, Environnement, Vie de quartier et Éducation. Les idées doivent être profitables, réalisables, constructives et prêtes à être exécutées. Le 1^{er} juillet, le vote débutera sur le site – ainsi ce sont les Canadiens et non pas Pepsi qui détermineront la personne ayant la meilleure idée et qui obtiendra la bourse.

Suite à la page suivante

2/Pepsi financera des idées positives grâce à des bourses

À tous les deux mois, huit bourses seront attribuées aux idées ayant reçu le plus de votes des Canadiens. Des bourses d'une valeur totale de 200 000 \$ seront accordées à tous les deux mois de la manière suivante : une bourse de 100 000 \$; deux bourses de 25 000 \$; trois bourses de 10 000 \$; et quatre de 5 000 \$.

Afin de mettre sur pied ce projet, Pepsi a fait appel à deux organismes experts, soucieux de créer des effets positifs dans le monde : GOOD, tremplin incomparable pour des idées et des mesures visant à faire avancer le monde; et Global Giving, une place de marché en ligne qui met en communication les personnes qui ont des idées pour la communauté et changer le monde avec celles qui peuvent les aider.

De plus, Pepsi a formé un jury externe composé de penseurs novateurs en matière de bien social afin de servir de guides pour le programme. Les membres du Comité consultatif canadien de Pepsi Ici c'est mieux sont des sommités dans leur domaine et ont été choisis en raison de leur importante série de réussites et de leur engagement pour faire avancer le monde. Font partie de ce jury :

- Joey Adler, PDG, *ONEXONE*
- Akela Peoples, cofondateurs, *Youth in Motion*
- Tim Draimin, directeur administratif, *Social Innovation Generation*
- Paul Edney, auteur, *How To Change The World For 10 Bucks, We Are What We Do*
- Raymond Ko, lauréat de *Top 20 Under 20*
- Amber MacArthur, *consultant Web, stratège, journaliste*

« Partout au Canada, des gens de tous les horizons génèrent des idées marquantes, créatives et amusantes susceptibles d'apporter des changements positifs. Le Projet Pepsi Ici c'est mieux aidera à faire passer les idées du rêve à la réalité – et c'est très excitant d'appuyer cette initiative », a mentionné Joey Adler, membre du Comité consultatif canadien de Pepsi Ici c'est mieux.

Le sondage de Pepsi révèle que les Canadiens demeurent optimistes concernant l'avenir du Canada et croient que le Canada est un leader dans la création de changements positifs

Durant la planification du Projet Pepsi Ici c'est mieux pour le Canada, la marque a commandé une enquête nationale auprès des consommateurs afin de mieux comprendre le point de vue des Canadiens en matière d'optimisme, d'autonomisation et sur ce qui nous empêche d'agir en matière de bien social.

Voici les points saillants du sondage :

- S'ils en avaient la possibilité, 92 pour cent des Canadiens aimeraient faire quelque chose qui servirait à améliorer le monde
- 86 pour cent des Canadiens sont très ou moyennement optimistes quant à un futur positif pour le Canada comparativement aux autres pays

Suite à la page suivante

3/Pepsi financera des idées positives grâce à des bourses

- L'argent est le facteur principal qui empêche les gens de concrétiser leurs idées (31 pour cent), suivi du fait de ne pas savoir par où commencer (27 pour cent)
- 62 pour cent des Canadiens estiment que le Canada est certainement ou probablement un leader pour ce qui est de provoquer un changement ou des effets positifs dans le monde

Voici quelques résultats de l'enquête relatifs au Québec :

- Près de la moitié (56 pour cent) des Québécois pensent que le Canada est certainement ou probablement un leader pour ce qui est de provoquer un changement ou des effets positifs dans le monde
- Bien que plus du tiers (36 pour cent) des Québécois pensent que les gens ordinaires jouent le rôle le plus important pour amener des idées visant à provoquer des changements positifs dans la société, 20 pour cent des Québécois estiment que les chefs d'entreprise jouent un rôle important
- Les Québécois considèrent que la Santé constitue le secteur de première importance (40 pour cent), suivi par l'Environnement (25 pour cent), l'Éducation (21 pour cent) et la Nourriture et le Logis (7 pour cent)

« Ces données de recherche confirment à n'en pas douter qu'à tous les jours les Canadiens ont à cœur de faire le bien, et qu'ils ont besoin de soutien pour concrétiser leurs idées, a ajouté Madame Reichert. Pepsi est très fière de servir de catalyseur à l'innovation en matière de bien social grâce au Projet Pepsi Ici c'est mieux. »

Projet Pepsi Ici c'est mieux

Dans le but d'apporter son soutien à ceux qui génèrent des idées novatrices, optimistes, le Projet Pepsi Ici c'est mieux, www.icicestmieux.com (en ligne le 18 avril 2010), attribuera plus de 1 million de dollars au cours de la prochaine année afin que les collectivités réalisent des progrès. À partir du 1^{er} juin 2010, les individus et les organismes peuvent présenter une demande pour obtenir des bourses au profit d'une variété de projets, et les visiteurs du site peuvent voter pour les meilleures idées à financer lorsque le scrutin débutera le 1^{er} juillet. Le Projet Pepsi Ici c'est mieux constitue une évolution de l'initiative Ici c'est mieux lancée par Pepsi en 2009, présentant la marque comme un déclencheur optimiste pour la création d'idées. Pepsi financera des projets qui apporteront des changements dans six catégories : Santé, Arts et Culture, Nourriture et Logis, Environnement, Vie de quartier et Éducation.

PepsiCo Canada et la marque Pepsi

PepsiCo Canada compte deux divisions. PepsiCo Canada Aliments regroupe Frito Lay Canada et les Aliments et collations Quaker; PepsiCo Canada Breuvages Canada regroupe les marques Pepsi, Gatorade et Tropicana. Depuis plus de 75 ans, la marque Pepsi a divertit et désaltéré les consommateurs canadiens. Pour de plus amples renseignements, veuillez consulter le www.pepsico.ca.

Suite à la page suivante

4/Pepsi financera des idées positives grâce à des bourses

PepsiCo

PepsiCo propose le plus large éventail de marques milliardaires d'aliments et de boissons au monde, dont 19 gammes de produits ayant chacune généré des ventes au détail de plus d'un milliard de dollars. Les divisions principales - Frito Lay, Quaker, Pepsi-Cola, Tropicana et Gaterade - fabriquent également des centaines d'autres aliments et boissons nourrissants et savoureux qui font la joie des consommateurs dans plus de 200 pays. Les revenus annualisés de l'entreprise atteignent presque 60 milliards de dollars. Les employés de PepsiCo sont unis par l'engagement unique de l'entreprise envers le développement durable, appelé *Donner un sens à la performance*. En consacrant ses efforts à offrir un large éventail de produits alimentaires sains, pratiques et amusants, en réduisant son impact sur l'environnement et en encourageant une culture en milieu de travail axée sur la diversité et l'inclusion, PepsiCo obtient de solides résultats financiers et apporte son soutien à des collectivités partout dans le monde. En reconnaissance de ses efforts soutenus en matière de développement durable, PepsiCo a été retenue dans l'indice *Dow Jones Sustainability World Index* (DJSI World) pour une troisième fois et dans le *Dow Jones Sustainability North America Index* (DJSI North America) pour une quatrième fois en 2009. Pour de plus amples informations, visitez le site www.pepsico.com.

Pour des photos et autres renseignements, consulter :

<http://smr.newswire.ca/fr/pepsico-beverages-canada/pepsi-to-give-away-over-1-million-dollars-to-fund>

- 30 -

Personnes à contacter :

Hélène Reeves
Reeves & Associés
450-656-4420
helene@reevescom.ca

Lisette Guertin
Reeves & Associés
450-656-4420
lisette@reevescom.ca