โดริโทสประกาศผลงานจากผู้เข้าแข่งขันทั่วโลกที่ผ่านเข้าสู่รอบรองชนะเลิศ เพื่อชิงเงินรางวัลสูงสุดถึง 1 ล้านดอลลาร์

พลาโน, เท็กซัส–6 ธ.ค.–พีอาร์นิวส์ไวร์/อินโฟเควสท์

– ผู้เข้ารอบชิงชนะเลิศ 2 คนสุดท้าย จะมีโอกาสร่วมงานกับมาร์เวล สตูดิโอส์ ในภาพยนตร์ฟอร์มยักษ์เรื่อง Marvel’s The Avengers: Age of Ultron

หลังจากที่ได้รับชมผลงานโฆษณาจากทั่วทุกมุมโลกที่ส่งเข้ามากว่าหลายพันชิ้น วันนี้ โดริโทสขอประกาศผลงานโฆษณาที่ผ่านเข้าสู่รอบรองชนะเลิศในการแข่งขัน “Crash the Super Bowl” ประจำปีนี้ นับตั้งแต่เมื่อต้นเดือนตุลาคมที่ผ่านมา บรรดาแฟนๆต่างแสดงความชื่นชอบที่ตนเองมีต่อ ตอติญ่า ชิป ของโดริโทส ผ่านโฆษณาโฮมเมดความยาว 30 วินาที ท้ายที่สุด ผู้โชคดีทั้งสองรายจะได้เห็นโฆษณาของตนเองออกฉายสู่สายตาผู้ชมโทรทัศน์ทั่วโลกระหว่างศึกซูเปอร์ โบว์ล ครั้งที่ 48 รวมทั้งโอกาสที่จะได้ร่วมงานกับมาร์เวล สตูดิโอส์ในการถ่ายทำภาพยนตร์เรื่อง Marvel’s The Avengers: Age of Ultron และเป็นครั้งแรกในประวัติศาสตร์ของการแข่งขัน ที่ผู้สร้างโฆษณาซึ่งได้รับคะแนนโหวตสูงสุดก็จะได้รับเงินรางวัลกลับบ้านไปถึง 1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สามารถรับชมผลงานโฆษณาที่ผ่านเข้าสู่รอบรองชนะเลิศได้ที่ www.doritos.com โดริโทสจะประกาศผลงานโฆษณารอบชิงชนะเลิศ 5 อันดับแรก เพื่อเข้าชิงเงินรางวัล 1 ล้านดอลลาร์ในช่วงต้นเดือนมกราคม

ผลงานโฆษณาที่ผ่านเข้าสู่รอบรองชนะเลิศในรายการ Crash the Super Bowl (เรียงตามอันดับตัวอักษรของนามสกุลผู้เข้าร่วมแข่งขัน)

– “Jim Figures It Out” โดย Camilla Agerskov จากเดนมาร์ก

– “Doritos Makes Everything Better” โดย Jordan Allen จากสหรัฐอเมริกา

– “Luchadoritos” โดย Theodore Allen จากสหรัฐอเมริกา

– “Time Machine” โดย Ryan Andersen จากสหรัฐอเมริกา

– “Office Thief” โดย Chris Chapel จากสหรัฐอเมริกา

– “Kickball Cowboy” โดย Todd Dack จากสหรัฐอเมริกา

– “Mants” โดย Tyler Dixon จากสหรัฐอเมริกา

– “Chips Before Chicks” โดย Bradley Friesen จากแคนาดา

– “The Cowboy Kid” โดย Amber Gill จากสหรัฐอเมริกา

– “Dive” โดย Shane Habberstad จากสหรัฐอเมริกา

– “Ostrich Breakroom” โดย Eric Haviv จากสหรัฐอเมริกา

– “Sorry Karl” โดย Lacey Houchen, จากสหรัฐอเมริกา

– “Imaginary Friend” โดย Danny Isserles จากอิสราเอล

– “Bold Moves” โดย Shane Konicki, จากสหรัฐอเมริกา

– “The Most Generous Man” โดย Sylvain Lebeau จากแคนาดา

– “Doritos Peace (Peacekeeper)” โดย Kevin Meiring จากแอฟริกาใต้

– “Amish Paradise” โดย Lambert Mixson จากสหรัฐอเมริกา

– “Inertia” โดย Julen Murguia จากเม็กซิโก

– “Finger Cleaner” โดย Thomas Noakes จากออสเตรเลีย

– “Body Cast” โดย Casey Schweikert จากออสเตรเลีย

– “Mermaid” โดย Nelson Talbot จากแคนาดา

– “Valet” โดย Shane Valdez จากสหรัฐอเมริกา

– “Who’s Your Daddy” โดย Kendra Waldman จากสหรัฐอเมริกา

– “A Snack Worth Saving” โดย Joshua Wong จากฮ่องกง

จากผลงานโฆษณาเหล่านี้ จะมีผู้ที่ได้รับการคัดเลือกเข้าสู่รอบชิงชนะเลิศจำนวน 5 ราย เพื่อให้ผู้บริโภคทั่วโลกร่วมโหวตเลือกผลงานที่ดีที่สุด สุดยอดโฆษณา 2 ชิ้นจะถูกนำไปออกอากาศในช่วงโฆษณาของศึกซูเปอร์ โบว์ล โดยผู้บริโภคสามารถโหวตเลือกโฆษณาที่ชื่นชอบ 1 ชิ้น ทาง www.doritos.com และอีก 1 ชิ้นจากทางโดริโทสเอง ผู้สร้างโฆษณาทั้งสองชิ้นจะมีโอกาสเข้าร่วมงานถ่ายทำภาพยนตร์เรื่อง Marvel’s The Avengers: Age of Ultron นอกจากนี้โฆษณาที่ได้รับคะแนนโหวตมากที่สุดจะได้รับเงินรางวัล 1 ล้านดอลลาร์ ส่วนรองชนะเลิศจะได้รับเงินรางวัลเป็นจำนวน 50,000 ดอลลาร์ (สหรัฐ)

ผู้ที่เข้ารอบชิงชนะเลิศ Crash the Super Bowl ทั้ง 5 คนจะได้รับเชิญให้มาร่วมชมศึกซูเปอร์ โบว์ลที่เมือง รัทเทอร์ฟอร์ด มลรัฐนิวเจอร์ซี ภายในห้องชมการแข่งขันส่วนตัวสุดหรู ซึ่งพวกเขาจะได้ชมโฆษณาที่ได้รับเลือกให้ออกฉายสู่สายตาผู้ชมทั่วโลก ผู้สร้างโฆษณาที่ผลงานของตนเองไม่ได้เผยแพร่ออกอากาศทั้งสามคนจะได้รับเงินรางวัลคนละ 25,000 ดอลลาร์สหรัฐ ทั้งนี้ ศึกการแข่งขันซูเปอร์ โบว์ล ครั้งที่ 48 มีกำหนดการถ่ายทอดสดในวันอาทิตย์ที่ 2 กุมภาพันธ์ 2557 ทางช่อง FOX

ในฐานะที่เป็นแบรนด์สแน็คชั้นนำแบรนด์หนึ่งของโลก โดริโทสได้วางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใน 46 ประเทศตาม 6 ทวีปทั่วโลก โดยมีรสชาติให้เลือกมากมายตั้งแต่รส Nacho Cheese และ Cool Ranch ไปจนถึง Sweet Chili Pepper และ Tangy Cheese ด้วยผลิตภัณฑ์อันหลากหลายกว่า 70 ชนิดที่วางจำหน่ายทั่วโลก

ความสัมพันธ์ระหว่างเป๊ปซี่โคและเอ็นเอฟแอลนั้น เป็นมากกว่าแค่การสนับสนุนด้านกีฬาที่ดำเนินมายาวนานและประสบความสำเร็จมากที่สุด เป๊ปซี่โคจะยกระดับความสัมพันธ์กับเอ็นเอฟแอลเพื่อเป็นช่องทางเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคตลอดทุกฤดูการแข่งขัน ด้วยกิจกรรมส่งเสริมการขายที่ครอบคลุมไปยังแบรนด์อาหารและเครื่องดื่มที่ใหญ่ที่สุดของบริษัท ซึ่งรวมถึงเป๊ปซี่ โทสติโตส เควกเกอร์ โดริโทส และเกเตอเรด

เกี่ยวกับมาร์เวล เอ็นเตอร์เทนเมนท์

บริษัท มาร์เวล เอ็นเตอร์เทนเมนท์ (Marvel Entertainment, LLC) ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของเดอะวอลท์ ดิสนีย์ คอมพานี (The Walt Disney Company) เป็นบริษัทผู้สร้างภาพยนตร์จากตัวละครชื่อดังที่มากที่สุดแห่งหนึ่งของโลก ด้วยตัวละครที่มากกว่า 8,000 ตัวที่ได้รับการถ่ายทอดผ่านสื่อต่างๆมากมายมากว่า 70 ปี มาร์เวลได้พัฒนาตัวละครแฟรนไชส์ในรูปแบบสื่อบันเทิง การออกใบอนุญาตและตีพิมพ์ สำหรับข้อมูลเพิ่มเติมสามารถรับชมได้ที่ marvel.com

เกี่ยวกับโดริโทส

ตอติญ่า ชิป ของโดริโทสเป็นหนึ่งในแบรนด์ยักษ์มูลค่าถึง 1 พันล้านดอลลาร์ภายใต้การดูแลของบริษัท ฟริโต-เลย์ นอร์ธ อเมริกา ธุรกิจอาหารสะดวกซื้อมูลค่า 1.3 หมื่นล้านดอลลาร์ของเป๊ปซี่โค (NYSE: PEP) ซึ่งมีสำนักงานใหญ่อยู่ที่เพอร์เชส รัฐนิวยอร์ก สำหรับข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับแบรนด์โดริโทส สามารถรับชมได้ทางเว็บไซต์ www.doritos.com หรือทวิตเตอร์ www.twitter.com/Doritos หรือทางเฟซบุค http://www.facebook.com/DoritosUSA

เกี่ยวกับเป๊ปซี่โค

เป๊ปซี่โค (PepsiCo) เป็นผู้ผลิตอาหารและเครื่องดื่มชั้นนำของโลก ด้วยรายได้สุทธิมากกว่า 6.5 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ อีกทั้งมีแบรนด์ผลิตภัณฑ์ถึง 22 แบรนด์ โดยแต่ละแบรนด์มียอดขายปลีกมากกว่า 1 พันล้านดอลลาร์ต่อปี ธุรกิจหลักของบริษัท ซึ่งได้แก่ เควกเกอร์ ทรอปิคานา เกเตอเรด ฟริโต-เลย์ และเป๊ปซี่-โคล่า ได้ผลิตผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มอันเป็นที่โปรดปรานของผู้คนทั่วโลกกว่าหลายร้อยชนิด บุคลากรของเป๊ปซี่โค ต่างมีความมุ่งมั่นที่จะสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืน ด้วยการลงทุนที่มีคุณภาพมากขึ้นในอนาคตเพื่อบุคลากรและโลกของเรา ซึ่งเราเชื่อว่าสิ่งเหล่านี้มีความหมายต่ออนาคตแห่งความสำเร็จสำหรับเป๊ปซี่โคอีกด้วย เราเรียกความมุ่งมั่นนี้ว่า การดำเนินงานอย่างมีจุดมุ่งหมาย (Performance with Purpose) เป๊ปซี่ โค ให้คำมั่นสัญญาว่าจะผลิตอาหารและเครื่องดื่มที่มีทั้งความอร่อยและมีประโยชน์ต่อสุขภาพ และคิดค้นแนวทางใหม่ๆเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมด้วยการประหยัดพลังงานและน้ำ อีกทั้งลดปริมาณบรรจุภัณฑ์ สร้างสภาพแวดล้อมที่ดีในการทำงานแก่ผู้ร่วมงาน และให้ความเคารพ สนับสนุน และให้การลงทุนในชุมชนที่เราดำเนินงาน สำหรับข้อมูลเพิ่มเติมสามารถรับชมได้ที่ www.pepsico.com

สามารถติดตามข่าวสารจากเป๊ปซี่ โค ได้ที่:

– Twitter (@PepsiCo)

– Facebook(https://www.facebook.com/PepsiCo)

– PepsiCo Blogs(http://pepsicoblogs.com/)

– PepsiCo Press Releases(http://www.pepsico.com/media.html)

– PepsiCo Multimedia (http://www.pepsico.com/Media/Resource-Center#multimedia-downloads)

– PepsiCo Videos

การแพร่ภาพกระจายเสียง/ สื่อสิ่งพิมพ์/ และสื่อโทรทัศน์: สามารถรับชม ดาวน์โหลดและแชร์วิดีโอสำหรับแพร่ภาพ ภาพนิ่ง และข้อมูลสำหรับสื่อมวลชนได้ที่www.magicbulletmedia.com/MNR/crashthesuperbowl

บุคลากรและหน่วยงานของเอ็นเอฟแอล (ดังที่มีการกำหนดไว้ในกฎข้อบังคับ) ไม่ได้มีส่วนเสนอหรือให้การสนับสนุนการแข่งขันครั้งนี้แต่อย่างใด