Pressmeddelande XX mars 2011

Unga tävlar om att förverkliga nyskapande idéer

**Fryshuset samarbetspartner i projektet Pepsi Refresh  
  
I april startar PepsiCo International ett långsiktigt initiativ för att uppmuntra ungas idékraft och entreprenörskap. Fryshuset blir nära samarbetspartner i projektet ”Pepsi Refresh” som är en digital plattform där unga tävlar om stöd och resurser att förverkliga sina idéer.**

Pepsi Refresh är en on-line-satsning som ska engagera ungdomar i åldern 16-24 år. Navet är en digital plattform som har utvecklats för att matcha ungas kreativitet och digitala vanor. Fryshuset blir en nära partner i projektet.

* Fryshuset är en aktör som länge har arbetat med att ge unga människor möjligheter att utvecklas, växa och må bra. Vi kan bidra med finansiella medel till de bästa idéerna, medan Fryshuset kompletterar oss och kan ge ungdomarna coachning för att förverkliga dem, säger **Jeff Jackett, Nordisk marknadsdirektör Pepsico International**.

Huvuddelen i Pepsi Refresh blir en onlinesatsning där unga uppmuntras att komma med lösningar på fyra utmaningar som löper parallellt från april till oktober. På [www.pepsi.se](http://www.pepsi.se) kommer den som vill kunna anta en utmaning och bidra med sin idé i form av text, bild eller film. Varje deltagare kan sedan driva sin kampanj för att få sin idé förverkligad, dels genom att vinna pengar från Pepsi – totalt kommer 800 000 kronor att delas ut – och genom stöd i genomförandet av Fryshuset.

* Det är väldigt roligt att Pepsi ställer sig på de ungas sida. I det här projektet visar Pepsi att de delar Fryshusets tro på ungas kreativitet och förmåga att förändra, säger **Johan Oljeqvist, VD Fryshuset.**

Projektet lanseras brett i april och bygger på en onlineplattform integrerad i sociala medier, Fryshusets olika verksamheter, online- och tv-reklam samt Carlsberg Sveriges kunder i både butiks- och restaurangled. Fryshuset kommer bland annat att bidra med expertkunskap i form av jurymedlemskap, coachning till vinnare och som arena för unga att synas på i olika sammanhang.

**Om Pepsi Refresh**

I USA har refresh-projektet varit en stor succé 2010, med fler röster (75 miljoner) på idéerna än på Barack Obama i det amerikanska presidentvalet. Fler än 120 000 idéer exponerades och initiativet hade mer än 2 miljoner fans på Facebook. Se mer: [www.pepsi.se](http://www.pepsi.se) (lanseras i april 2011) och <http://www.refresheverything.com/>

**Om Fryshuset**

Fryshuset är ett av världens största ungdomshus. Det passerar ca 40 000 ungdomar genom Fryshuset verksamheter och evenemang varje månad. Cirka 400 anställda och tusentals frivilliga ger unga människor möjligheter att uttrycka sina idéer och förverkliga sina drömmar. Arbetet sker inom tre spår; utbildningar, passionerade intressen och sociala projekt. Fryshuset driver en av Sveriges största gymnasieskolor och har två av Sveriges största idrottsföreningar; Stockholms Skate Park med 4 200 medlemmar och KFUM Söder basket med 3000 aktiva spelare. Ett 30-tal olika sociala projekt som jobbar med innovativa lösningar på samhällets mest angelägna sociala problem drivs också. Fryshuset tror på respektfulla möten där lusten att delta och gemensamma intressen överbrygger alla motsättningar, det får människor att se möjligheter istället för problem.

**För mer information, kontakta:**

Henric Byström, PR-Chef Carlsberg Sverige, tfn 070-483 05 48, email: [henric.bystrom@carlsberg.se](mailto:henric.bystrom@carlsberg.se)

Katja Wåhlström, pressekreterare Fryshuset, tfn 0739-50 22 02, email: [katja@fryshuset.se](mailto:katja@fryshuset.se)