

BELVITA VOLTA COM TAÍS ARAÚJO E LÁZARO RAMOS EM NOVA CAMPANHA

Marca também busca reforçar posicionamento de café da manhã em plataformas digitais com ação fora de seus canais proprietários

Junho de 2015 – Seguindo o posicionamento de café da manhã, belVita estreou na última quinta-feira (9) um novo filme em suas mídias digitais, incluindo seus canais proprietários (Youtube, Facebook e Twitter) com o casal Taís Araújo e Lázaro Ramos. Chamado de “Matemática”, são 15” em que os dois brincam com a quantidade de belVita que cada um possui, disputando o produto com o já conhecido bom-humor e leveza na comunicação da marca. Esta campanha divulga todo o portfólio da marca que já conta com 5 sabores regulares além da nova plataforma Yogo que trouxe ao mercado brasileiro a primeira linha de biscoito integral com recheio sabor logurte e mel e logurte com pêssego. A campanha, com criação da Peralta e produção da Dinamo Filmes, também entrará na TV aberta, com estreia prevista para agosto.

A entrada do novo filme nos canais digitais da marca reforça a estratégia que busca levar o positivismo da manhã, já presente em suas últimas campanhas, de uma forma clara e divertida. Além de dar continuidade a parceria com o novo casal-propaganda (Taís Araújo e Lázaro Ramos estrelam as peças da marca desde fevereiro), belVita busca reforçar a forte estratégia em digital ao apresentar primeiro a campanha na internet.

“Para deixar o plano de comunicação ainda mais robusto, a marca continua com a estratégia de trazer vídeos em formatos exclusivos para o meio Digital, reforçando situações cotidianas da manhã vivenciadas por Lázaro Ramos e Taís Araújo.” Explica Daniela Spila, gerente de belVita na Mondelēz Brasil. Além disso, a marca aposta em uma iniciativa inovadora no BuzzFeed que conta com a ajuda da blogueira Ana de Césaró para ilustrar os primeiros momentos ao acordar que colaboram para se ter um bom dia.

Sobre belVita – Além do posicionamento de café da manhã, a marca reforça a linha completa composta por um portfólio variado com o objetivo de proporcionar opções gostosas para integrar um café da manhã equilibrado e um começo de dia leve. São cinco sabores regulares (Avelã com Cacau, Coco com Gotas de Cacau e Cereais, Mel e Cacau, Aveia com Leite e Maçã e Canela) e dois recheados belVita Yogo: nos sabores logurte e Mel e logurte com Pêssego.

FICHA TÉCNICA

TÍTULO: “Matemática”

CLIENTE: Mondelez

PRODUTO: belVita

DURAÇÃO: 15”

Agência: Peralta Comunicações

Diretor de Criação: Alexandre Peralta e Mauro Perez

Criação: Felipe Halada

Produtor RTV: Paula Rodrigues

Atendimento: Alexandre Grilo, Ana Morales e Leandro França

Aprovação cliente: Karla Schlieper, Cleide Mota e Daniela Spila

Produtora: Dinamo Filmes

Direção: Edu Cama

Diretor de Fotografia: Carlos Zalazik

Diretora de arte: Luana Pinhanez

Atendimento: Dimitria Cardoso e Flávia Caparelli

Montagem: Edu Cama / Luiz Bicudo

Pós Produção: Equipe Dinamo Filmes

Coordenador de pós: Rodrigo Parente

Finalização: Equipe Dinamo Filmes

Finalizador: Luiz Bicudo

Produtora de Som: Tesis

Locução: Luis Baptista

SOBRE MONDELÊZ BRASIL

Mondelêz International é líder mundial em chocolates, biscoitos, balas e bebidas em pó. A companhia engloba as marcas de snacks da antiga Kraft Foods, após a cisão da operação norte-americana de alimentos em outubro de 2012. No Brasil, possui seis

fábricas nos Estados de São Paulo, Paraná e Pernambuco e emprega cerca de 13 mil pessoas. A empresa tem em seu portfólio marcas valiosas, como Trident, Chiclets e Halls, os chocolates Lacta, Bis e Sonho de Valsa, os biscoitos Oreo, Club Social e Trakinas, os refrescos em pó Tang, Clight e Fresh, as sobremesas e o fermento em pó Royal e o cream cheese Philadelphia. A Mondelez International tem uma receita anual de aproximadamente US\$ 34,3 bilhões e opera em mais de 80 países. Visite www.mondelezinternational.com/br.