

Philadelphia desafia consumidores e celebridades a abrirem suas geladeiras e se arriscarem na cozinha

A campanha incentiva a prática da cozinhatapia e conta com a participação especial do ator Henri Castelli e de blogueiras convidadas

Julho de 2015 – Você aceitaria o desafio de abrir sua geladeira e inventar alguma receita com os ingredientes que estão lá dentro? Pensando na versatilidade de uso de Philadelphia - líder na categoria cream cheese – a nova campanha digital da marca incentiva o consumidor a arriscar-se na cozinha, preparando novos pratos e receitas.

A campanha conta com a participação do ator Henri Castelli, que recebe na sua casa a blogueira Jana Make e aceita o desafio de abrir sua geladeira para o público e juntos prepararem uma deliciosa panqueca de frango com Philadelphia.

“A geladeira diz muito sobre o dono. Essa campanha revela a curiosidade que temos de ver o que tem na geladeira de alguém e, ao mesmo tempo, nos mostra que é possível começar com Philadelphia para elaborar receitas deliciosas, de maneira prática e inesperada”, afirmou o diretor de Criação, Tiago Lucci da SapientNitro.

A ação continua nos canais digitais da marca, com posts de blogueiras desafiando suas amigas a abrirem a geladeira. “A proposta é que essa brincadeira incentive o consumidor a praticar Cozinhatapia e provar a mistura de Philadelphia com outros ingredientes despertando para o preparo de pratos ainda mais saborosos e personalizados”, comenta Juliano Rodrigues, gerente de marketing da marca.

A campanha estreia no próximo dia 28 de julho e será veiculada em múltiplos canais da Internet, além das redes sociais da marca. Mais informações em:

www.facebook.com/Philadelphia

Instagram: @philadelphia_br.

Ficha técnica:

Chief Creative Officer: Marcelo Tripoli
Diretor de Criação: Tiago Lucci
Associate Creative Director: Daniel Portuga
Redator: Priscila Ramos
Diretor de Arte: Renato Silveira
Diretora de Conta: Flavia Denser
Gerente de Conta: Mauricio Rodrigues
Gerente de Projetos: Ricardo Mantovani
Diretora de Mídia: Silvia Visani
Gerente de Mídia: Renata Andrade
Coordenadora de Mídia: Thais Coelho
Aprovação no Cliente: Juliano Rodrigues, Vinicius Delmont e Juliana Costa
Produtora: Trator Filmes
Diretor: Will Mazola

Sobre a Mondelēz

Mondelēz 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 Club Social, Belvita, Oreo e Trakinas, os refrescos em pó Tang, Clight e Fresh, as sobremesas e o fermento em pó Royal e o cream cheese Philadelphia. A Mondelēz International tem uma receita anual de aproximadamente US\$ 35 bilhões e opera em mais de 80 países. Visite www.mondelezinternational.com/br.

Sobre Philadelphia

Lançado no Brasil em 1994, o cream cheese Philadelphia conquistou rapidamente o mercado de queijos espalháveis e hoje tem 66% de participação, segundo o Instituto ACNielsen. Philadelphia – propriedade da K&S Alimentos S.A., joint venture formada pela Mondelēz International e pela Brasil Foods – aposta no mote “Comece com Philadelphia. Pratique Cozinhaterapia”, que visa reforçar a versatilidade do produto por meio de inúmeras alternativas de uso culinário, além de levantar a bandeira de que a vida com leveza pode ser muito mais gostosa.

Sobre a SapientNitro

SapientNitro é uma rede global do Publicis Group. A Sapient é um novo tipo de agência que redefine a forma de contar histórias para um mundo sempre conectado. Estamos ajudando nossos clientes a fortalecer suas marcas e a conexão com seus consumidores por meio da criação de conteúdos, serviços e entretenimento independente do meio utilizado. Não acreditamos na divisão entre agências em offline ou online, pensamos de forma integrada e multiplataforma, do filme de TV ao post no Facebook chamamos este método de Storyscaping®. Essa combinação única da SapientNitro de criação, gestão de marcas e conhecimento tecnológico resulta num time global e colaborativo

entre disciplinas, com capacidade para mudar o jogo junto aos mais de mil clientes globais, tais como Chrysler, Citi, The Coca-Cola Company, Lufthansa, Target, e Vodafone. No Brasil, nossos principais clientes são: Nutella, Abbvie, Loreal, Philadelphia, Vivo e Sony. Estamos presente em 31 cidades nas Américas, Europa e Ásia com mais de 13 mil funcionários. Mais informações em www.sapientnitro.com.br

Contatos para a imprensa:

Camila Machado – camila.machado@agenciarma.com.br – 2244-5999

Rita Sastre – rita.sastre@rma.comunicacao.com.br - 2244-5994

Rachel Buzzoni — rachel@noticeria.com.br- 3585 0100 r. 144