



## **Club Social volta a investir na linha integral com nova campanha**

*Filme destaca “Possibilândia”, conceito que propõe aos consumidores tirar a fome do caminho e enxergar novas possibilidades*

**São Paulo, abril de 2016** – Para comunicar a linha integral da marca, Club Social volta à mídia com nova campanha. Criado pela agência FCB Brasil, o filme “Pinguim” reforça “Possibilândia”, posicionamento lançado em 2014 que propõe aos consumidores tirar a fome do caminho e enxergar novas possibilidades que estão sempre por perto, mas, às vezes, passam despercebidas. A campanha começa a circular nesta sexta-feira, 1º, nos meios digitais, seguida por veiculação em TV paga a partir do dia 04.

O filme “Pinguim” apresenta uma jovem que escolhe sair de casa com sua bicicleta. Ao longo do caminho, uma “fominha” a incomoda. É o momento de um Club Social Integral. Ao comer o biscoito, ela desperta para as coisas que estão ao seu redor, como um simpático pinguim que se tornará seu novo parceiro de “aventuras”. Na sequência, são exibidas imagens do produto, ressaltando as características da linha: crocante, saboroso, leve e gostoso. A assinatura “Club Social Integral, Integralmente gostoso” fecha o comercial. “O vídeo mostra que com Club Social Integral dá para tirar a fome do caminho e entrar na Possibilândia de um jeito saboroso e saudável”, comenta Joanna Monteiro, CCO da FCB Brasil.

Club Social foi a marca pioneira em biscoitos integrais e retoma o investimento em comunicação para destacar a linha em um momento de crescimento do segmento de biscoitos de bem estar, que registrou alta de aproximadamente 20% em valor (dados Nielsen) entre os anos de 2014 e 2015, sendo o que mais cresce na categoria. “Queremos reforçar que Club Social é uma opção para as pessoas que buscam matar aquela fome do dia a dia com um produto integral e gostoso. A linha oferece um portfólio com vários sabores e a marca quer fortalecer a sua relevância em um segmento que tem registrado expansão acelerada”, afirma Eduardo Lemos, diretor de ativação de biscoitos da Mondelēz Brasil.

Os investimentos na plataforma Integral tiveram início no começo do ano com a campanha “Plano Verão”, iniciativa de degustação em mais de 1300 pontos de venda em todo o país. A ativação contou também com as marcas belVita e Tang. Em fevereiro foi lançado um filme de 15 segundos com destaque para as características de Club Social Integral, iniciando a campanha em TV. Atualmente, o portfólio da marca é composto pelos sabores Tradicional 156g, Tradicional Embalagem Econômica 312g, Trigo Aveia e Centeio 156g, Flocos de Arroz 156g e Gergelim 156g.

### **FICHA TÉCNICA:**

Título: Pinguim

Produto: Club Social  
Agência: FCB Brasil  
Chief Creative Officer: Joanna Monteiro  
Diretor Executivo de Criação: Fabio Simões “Simon”  
Diretor de Arte: Tiago Freitas e Ricardo Silveira  
Redator: Vinícius Norbim, Ricardo Porto e Bernardo Tavares  
Art Buyer: Tina Castro, Carolina Silva e Daniel Gonçalves  
Produção 3D: Gelmi Estúdio de Arte  
Produção 2D: Rabiskeria  
Projetos: Gerson Lupatin e Suélen Mariano  
Atendimento: Mauro Silveira, Alec Cocchiaro, Sandra Lessa, Mariana Mozzaquatro, Natalia Gramari, Plinio Campos e Vitor Shiraishi  
Planejamento: Rapha Barreto, Frederico Steinhoff, Natalia Sayão e Livia Wu  
Mídia: Fabio Freitas, Sergio Brotto, Camila Gazzano, Vinicius Conilho e Gabriela Monteiro  
RTV: Charles Nobili, Ricardo Magozo, Pedro Lazzuri e Mariana Carneiro  
Produtora de imagem: Barry Company  
Direção: Mariana Youssef / Fernando Nobre  
Produção Executiva: Krysse Mello  
Atendimento produtora de imagem: Ana Flávia França Di Luca, Daniela Pereira e André Vernieri  
Direção de Fotografia: Lito Mendes da Rocha  
Diretor de Arte: Fernanda Salloum  
Montagem: Rodolpho Ponzio  
Pós produção: Barry Company / Clan VFX  
Finalizador: João Paulo  
Finalização: Barry Company / Clan VFX  
Produtora de Som: Satelite Audio  
Atendimento: Fernanda Costa e Tatiane Dias Ferreira  
Produção de Som: Satelite Audio  
Locutor: Fernanda Mammana  
Aprovação do cliente: Karla Schlieper, Leonardo Tonini e Raphael Capitani

**Club Social** - Lançado no Brasil no ano 2000, o biscoito Club Social é líder de mercado no segmento de personal crackers, segundo o Instituto ACNielsen. A marca pioneira em inovações disponibiliza a praticidade de seu produto nas versões Original, Sabores, Integral e Recheados.

**Sobre a Mondelēz Brasil** - Criando deliciosos momentos de alegria em 165 países, a Mondelēz International é líder mundial em chocolates, biscoitos, balas e bebidas em pó. No Brasil, possui 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, 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 mais de US\$ 30 bilhões e se orgulha de ser membro da Standard and Poor's 500, Nasdaq 100 e do Índice de Sustentabilidade Dow Jones. Visite [www.mondelezinternational.com/br](http://www.mondelezinternational.com/br).



**Informações para a imprensa:**

Ariane Oliveira – [ariane.oliveira@tmkrs.co](mailto:ariane.oliveira@tmkrs.co)

Marcos Bonfim – [marcos.bonfim@tmkrs.co](mailto:marcos.bonfim@tmkrs.co)  
Tel.: + 55 11 3062-5178