



belVita inova com formato Minis no segmento de bem estar

Nos sabores “Leite e Aveia” e “Cacau e Cereais”, os lançamentos permitem diversas combinações para incrementar o café da manhã

São Paulo, agosto de 2016 – belVita, marca de produtos integrais da Mondelēz Brasil e pioneira do segmento de biscoitos de bem estar, traz uma novidade para ampliar seu portfólio, o belVita Minis, versão miniatura e em porção individual de 42g. A novidade possibilita diferentes formas de consumo e é ideal para acompanhar o iogurte ou frutas com mel no café da manhã, por exemplo. A iniciativa representa a aposta da marca para aumentar a penetração nos lares brasileiros, com um baixo desembolso e venda unitária, proporcionando um bom custo-benefício para o consumidor.

O novo formato, sucesso de vendas nos Estados Unidos, está disponível nos sabores “Leite e Aveia” e “Cacau e Cereais”, versões favoritas dos consumidores. Além disso, o lançamento está alinhado ao objetivo da marca de se aproximar do cotidiano dos brasileiros. “A ideia é diversificar as experiências de consumo, trazendo um novo formato com o sabor único de belVita, oferecendo mais uma opção equilibrada e deliciosa para se começar bem o dia”, explica Daniela Spila, gerente de Marketing da marca no Brasil. O formato inédito agrega mais valor ao segmento de bem estar, que mantém crescimento expressivo em faturamento – 36% na comparação entre 2015 e o ano de 2014 (Nielsen).

Para ativar o lançamento, belVita contará com forte plano de distribuição de amostras dentro e fora do ponto de venda, com ações interativas e explicações sobre os benefícios e atributos do produto. Criada pela agência IRIS, a iniciativa acontecerá no início de setembro. A novidade já pode ser encontrada nas gôndolas das principais redes varejistas com preço sugerido de R\$1,99.

Além do lançamento, belVita conta com um portfólio composto por cinco sabores regulares no seu formato tradicional de 90g – Leite e Aveia, Cacau e Avelã, Mel e Cacau, Maçã e Canela e Cacau e Cereais. A marca, que chegou ao Brasil em 2013 e ocupa a segunda posição do segmento em valor, já está presente em 1,5 milhão de lares brasileiros.

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 e gostoso. São cinco sabores regulares (Mel e Cacau, Leite e Aveia, Maçã e Canela, Cacau e Avelã e Cacau e Cereais) e dois minis: Leite e Cacau e Cacau e Cereais.

Sobre a Mondelēz International no 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 mais de 10 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 Mondelez International tem uma receita anual de mais de U\$S 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



Informações para a imprensa:

Ariane Oliveira – ariane.oliveira@tmkrs.co

Marcos Bonfim – marcos.bonfim@tmkrs.co

Tel.: + 55 11 3061-3243