



Para um café da manhã mais saudável e com mais energia, belVita chega ao Nordeste

Marca aproveita crescimento do consumo na região, responsável por 18% das vendas na categoria de biscoitos de bem-estar

São Paulo, maio de 2016 – O famoso café da manhã nordestino, conhecido por ser forte e rico, ganhará mais um reforço cheio de energia. belVita, marca de produtos integrais da Mondelēz Brasil, desembarca na região para se aproximar de um público estratégico que busca por produtos ligados ao bem-estar. Atualmente, o Nordeste é o segundo maior mercado para o segmento de biscoitos do gênero, respondendo por 18% das vendas. Em 2015, o consumo cresceu 25%, segundo dados Nielsen 2015.

“O Nordeste é uma área importante para a categoria de biscoitos e responde por quase 25% das vendas da categoria em valor. Ao mesmo tempo, é a segunda área mais importante para o segmento de bem-estar e por esta razão, alinhada à estratégia de expansão da marca, observamos uma grande oportunidade de crescimento e aceitação dos nossos biscoitos”, afirma Eduardo Lemos, diretor de ativação de biscoitos da Mondelēz Brasil.

A marca busca se aproximar do cotidiano das pessoas, valorizando as pequenas vitórias e conquistas em meio à rotina corrida, e reforça que começar a manhã com belVita é essencial para garantir energia necessária para encarar o dia. Desde que chegou ao mercado nacional em 2013, belVita tem investido em inovação e qualidade para conquistar cada vez mais consumidores, especialmente em São Paulo e no Sul no país, onde tem bastante força. No portfólio, apresenta cinco sabores (Mel e Cacau, Leite e Aveia, Maçã e Canela, Avelã e Cacau e Cereais).

O movimento para a região reflete o novo momento de belVita e a sua disposição em buscar a liderança no mercado de biscoitos na categoria de bem-estar. No Nordeste, a marca de biscoitos chega oferecendo quatro sabores da linha básica: Mel e Cacau, Leite e Aveia, Maçã e Canela e Cacau e Cereais, além da versão unitária de 30g para distribuidores e canais de venda menores.

Comunicação

Para divulgar a presença na região, a marca começa a veicular na TV aberta e na internet, no início de maio, a campanha “Ganhe o dia”. O filme, estrelado pelo Paulo Gustavo, autor do monólogo “Minha mãe é uma peça” e protagonista do filme “Vai que Cola” retrata de maneira divertida como o consumo de belVita proporciona disposição, energia e versatilidade para se ganhar o dia. A ação foi criada pela agência Peralta São Paulo, com produção da Paranoid.

Essa comunicação é uma evolução em relação ao período em que belVita chegou ao mercado, quando elegeu casais de atores para posicionar o produto. Taís Araújo e

Lázaro Ramos (2015), Flavia Alessandra e Otaviano Costa (2014) e Grazi Massafera e Cauã Reymond (2013) estrelaram as primeiras campanhas. “Agora, a marca explora a ideia de que quando você começa bem o dia, se sente mais preparado e confiante para encarar os desafios diários”, explica Lemos.

Os nordestinos ainda poderão contar com degustação nos pontos de venda. A iniciativa irá impactar as capitais Salvador (BA), Fortaleza (CE) e Recife (PE), representantes dos estados com os maiores mercados potenciais para a marca.

Ficha técnica:

Título: Ganhe o dia – 30”

Cliente: Mondelēz Brasil

Produto: belVita

Agência: Peralta São Paulo

Criação: Alexandre Peralta

Gestão e edição de Conteúdo: Rafael Serrano, Jo Beckman

Designer: Caio Gatti

Produtor RTV: Paula Rodrigues

Atendimento: Alexandre Grilo, Ines Rodriguez

Aprovação cliente: Karla Schlieper, Cleide Mota, Bruna Antero

Produtora: Paranoid

Direção: Heitor Dhalia

Diretor de Fotografia: Pedro Cardillo

Montagem: Rogério Ferreira Alves

Pós Produção: Clan VFX

Finalização: Clan VFX

Produtora de Som: Tesis

Locução: Mano Bap

Produtor: Thiago Lester, Silvio Piesco

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 (Mel e Cacau, Leite e Aveia, Maçã e Canela, Avelã e Cacau e Cereais).

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 Trakinás, 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 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.



Informações para a imprensa:

Ariane Oliveira – ariane.oliveira@tmkrs.co

Marcos Bonfim – marcos.bonfim@tmkrs.co

Tel.: + 55 11 3061-3243