



Fresh traz famílias reais em nova campanha

Para reforçar relançamento da marca, iniciativa foca na relação entre mães e filhos

São Paulo, novembro de 2016 - Como parte do relançamento da marca, Fresh, segunda colocada no segmento de refrescos em pó e pertencente ao portfólio da Mondelēz Brasil, traz a nova campanha “Conselhos de Mãe” para se aproximar das famílias que buscam por opções mais acessíveis, enquanto apresenta sua nova fórmula, já adoçada, com rendimento de 1 litro e mais sabor da fruta. O movimento tem como objetivo a consolidação da marca no 2º lugar do mercado de bebidas em pó e tornar-se referência entre as opções de melhor custo-benefício.

Os dois filmes da campanha, com versões em 30” e 1’, trazem famílias reais e mostram mães dando conselhos genuínos a seus filhos. As imagens, em grande parte, foram captadas pelas próprias mães com celulares ou integram o acervo das famílias. O primeiro filme retrata a mensagem da mãe para que a filha valorize a sua essência e individualidade, como forma de estimular a autoestima da criança; o segundo é um conselho materno ao filho sobre as dificuldades e transformações com chegada de um irmãozinho.

A proposta da marca está expressa também com a nova assinatura da marca, “Leve mais cor para a sua mesa”. “Ao longo dos 11 meses de imersão, percebemos que o refresco tem o papel de trazer mais cor, sabor, mais vida para as refeições dos consumidores. Com esse novo conceito, temos como proposta que todas as mães possam colorir também a relação com os seus filhos”, explica Vinicius Delmont, gerente de Marketing de Fresh.

O projeto, liderado pela agência AKQA e com estreia nesta semana, teve início com uma vivência na realidade desse público-alvo para retratar de forma fiel o cotidiano dessas consumidoras, além de enaltecer a representatividade, assunto constante entre os entrevistados e participantes do processo de planejamento. “Estudando os consumidores, percebemos que eles não se identificam com a narrativa das campanhas publicitárias porque as consideram distante das suas realidades. A nossa intenção com a campanha é levantar esse ponto, trazer personagens e conselhos reais e dar voz aos temas que impactam a vida das pessoas para que se sintam representadas”, afirma Delmont.

O plano de mídia da campanha é composto por TV, digital, OOH, assinado pela Talent, e ações de degustação em pontos de venda, com ativação da agência Bullet.

Novo momento

Com o relançamento, Fresh tem como objetivo reforçar a sua presença nacionalmente – anteriormente, a marca tinha como mercados-chave Minas Gerais, Rio de Janeiro, Espírito Santo e parte do Nordeste.

Além da reformulação - rendimento de 1 litro, já adoçado e com o sabor da fruta ainda mais presente -, Fresh ganhou nova identidade visual, agora mais moderna e com maior

destaque para as frutas, o que ajuda na identificação da marca e do sabor no momento de compra. O preço sugerido é de R\$0,79.

Ficha técnica:

Agência: AKQA São Paulo

Diretores de Criação Executivos: Diego Machado, Hugo Veiga

Diretor de Criação Associado: Renato Zandoná

Copywriter: Raphael Valenti

Diretora de Planejamento: Carolina Campos

Diretor de Atendimento: Ricardo Honneger

Atendimento: Murilo Candelot

Produtora: Leticia Hernandez

Produtora de imagem: PBA Cinema

Direção: Luisa Maria Kracht

Produção executiva: Fernando Fanucchi | Nivio Alves de Souza

Direção de fotografia: Diego Robaldo

Atendimento: Markinhos Fagundes | Dani Parisi

Montagem: Talles Martins

Pós-produção/ Finalização: Outra Post

Coordenação de Pos : Diulle Sorrentino

Finalizador : Fezão Barbieri

Produtora de Som: TDL Music

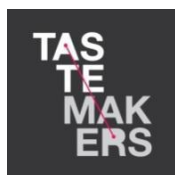
Atendimento: Priscilla Coelho

Produtor: Jeronimo Villarroya

Aprovação do cliente: Fabio Melo, Vinicius Delmont, Diego Fenerich

Sobre Fresh – Fresh é a segunda marca de refresco em pó no Brasil e é líder em vendas por litro nos estados de Minas Gerais, Rio de Janeiro, Espírito Santo e parte do Nordeste. A marca está presente nas mesas das famílias brasileiras há mais de 30 anos e integra a trinca de sucesso da Mondelēz Brasil, que também conta com as marcas Tang e Clight. O portfólio de Fresh é composto por 11 sabores (abacaxi, caju, cajá, guaraná, laranja, limão, manga, maracujá, morango, tangerina e uva).

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 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



Informações para a imprensa:

Ariane Oliveira – ariane.oliveira@tmkrs.co

Marcos Bonfim – marcos.bonfim@tmkrs.co

Tel.: + 55 11 3061-3243