

Tang lança campanha para comunicar nova linha de chá gelado

Recém-chegado no mercado, Tang Chá adota linguagem inovadora e leve para conversar com famílias

São Paulo, março de 2016 – Marca líder em bebidas em pó, Tang começa a comunicar Tang Chá, lançado recentemente como opção de chás gelados na categoria de bebidas em pó. A nova linha de produtos terá comunicação voltada para a família. Criada pela agência Ogilvy, a campanha usa filmes com linguagem leve e moderna para apresentar o estilo da marca.

Com estética inspirada no famoso meme Thug Life da internet, os filmes apresentam pais descolados, que usam truques para impressionar os filhos, como a mãe que tira a toalha da mesa sem derrubar a jarra de Tang Chá, a que enche o copo do filho pela tela do computador e o pai que, após o filho derramar um copo de Tang Chá na toalha de mesa, consegue, como em um passe de mágica, fazer com que o recipiente se encha de novo. Ao final de cada filme, os óculos do Thug Life aparecem em versão estilizada “Tang Life”, seguidos da assinatura “Tang Chá. Refrescante e com gostinho da fruta de Tang”.

A campanha, que conta com 3 filmes, tem início nesta semana nos canais digitais da marca como Facebook e YouTube. “Queremos abrir um canal de diálogo com as famílias, apresentar a nova linha de produtos que trabalha um conceito de leveza e refrescância com o sabor da fruta, referência de Tang”, afirma Felipe Pedrolli, gerente de Marketing da marca. O plano de mídia conta ainda com diversas ações Out-of-Home, com uso de avião em praias e mobiliário urbano, como outdoors, relógios e pontos de ônibus.

Tang Chá chegou ao mercado com o preço sugerido de R\$ 0,99, mesmo valor da linha regular, com os sabores chá preto com limão, chá preto com pêssego, chá mate com laranja e chá mate com guaraná. O produto alia a mesma leveza e refrescância dos chás gelados, com o gostinho da fruta que só Tang tem e toda família já adora.

Sobre Tang - Líder absoluto no mercado de bebida em pó, Tang é hoje a referência na categoria chegando a mais de 44% de participação no mercado brasileiro (Fonte: Nielsen AS'15). É a marca protagonista no crescimento anual do setor, que em 2014 chegou a 6%, sendo que Tang representou 79% desse montante (Fonte: Nielsen). É hoje também a 4ª marca mais presente nos lares brasileiros, entre todos os produtos de bens de consumo (Fonte: Kantar Brand Footprint 2015).

Sobre a Mondelēz International - Mondelēz International é uma das maiores empresas de snacks no mundo, com receita anual de aproximadamente U\$S 34 bilhões em 2014. Por criar deliciosos momentos de alegria em mais de 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. 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