



Oreo lança promoção e coloca biscoito e recheio em lados opostos

Intitulada “Biscoito versus Recheio”, a ação sorteará 4 prêmios de R\$50 mil, além de prêmios instantâneos R\$100 e R\$200.

São Paulo, setembro de 2016 – Oreo lança a sua primeira promoção no país, a “Biscoito versus Recheio”, brincando com a polêmica que intriga os fãs da marca mundialmente. Afinal, qual a parte mais amada de Oreo: o biscoito ou o recheio? Com essa pergunta, a marca quer provocar os consumidores a defenderem o seu lado favorito e a participarem da ação que tem início nesta sexta-feira, 9, e sorteará valores de R\$100, R\$200, além de quatro prêmios de R\$50 mil no final da promoção.

Os interessados devem cadastrar os códigos de barras dos produtos participantes (Oreo Original, Chocolate e Milkshake de Morango) e nota fiscal no site www.biscoitoourecheio.com.br. Os prêmios de R\$100 e R\$200 serão sorteados automaticamente no momento da inscrição. O cadastro também garante a participação no grande sorteio que premiará quatro consumidores com R\$50 mil cada. Para aumentar as possibilidades de ganhar, quem entrar na discussão “Biscoito versus Recheio” e compartilhar sua preferência no perfil do Facebook, receberá código extra para o sorteio final. Os vencedores serão contatados pela marca para o resgate dos respectivos valores. Todo o conceito da ação e a estratégia digital foram criados e desenvolvidos pela agência LOV.

A promoção contará ainda com um divertido comercial de 15”, criado pela agência FCB Brasil, em que o biscoito e o recheio participam de uma competição para mostrar quem é mais talentoso. Enquanto um faz malabares com garrafinhas de leite, o outro gira tigelas de leite com varas, ambos assistidos por uma plateia com personagens animados.

“Como uma marca muito conectada com o seu público, entendemos que essa promoção é uma ótima oportunidade para incentivar essa divertida discussão sobre qual a parte de Oreo é a mais amada. Além disso, reforçamos a comunicação do nosso portfolio no país, com Oreo Original, Chocolate e o recém-lançado Milkshake de morango”, explica Leonardo Dell Amico Tonini, diretor de Marketing de Biscoitos da Mondelēz International para América Latina.

Além do filme para TV aberta e meio digital, o plano de comunicação conta com merchandising em programas como Hora do Faro, Pânico na TV e Xuxa Meneghel, e inclui a participação de influenciadores, entre eles Bruno Gagliasso, Giovanna Ewbank, Projota e Tiago Iorc, todos tomando posições diante da emblemática polêmica entre o biscoito e o recheio.

Mais informações e o regulamento completo no site da promoção: www.biscoitoourecheio.com.br.

Ficha Técnica - Promoção

Título: Biscoito ou Recheio

Marca: Mondelez
Produto: Oreo
Agência: LOV
Presidente: Walter Susini
VP de Criação: Laura Florence
Diretor de Arte: Lukas Doraccioto, Felipe Pires
Redação: Luciana Lins, Ayslan Monteiro,
Head of Copy: Anna Brockes,
Motion: Andrio Nascimento
Diretor de criação: Rafael Conde
VP de Planejamento: Flávia Spinelli
Planejamento: João Belfort, Paula Queiroz, Carolina Serra, Suria Rocha e Giovanna Germani.
VP de Atendimento: Marcelo Sarti
Diretor de Contas: Rafael Chammas
Atendimento: Bianca Nogueira
VP de Projetos: Márcio Quartilho
Diretora de Projetos: Cristiane Molnar
Projetos: Juliana Sousa
Head of Mídia: Guilherme Horácio
Gerente de Mídia: Cláudia Mello
Mídia: Catarina Florio, Beatriz Toledo

Ficha Técnica - Filme

Título: Biscoito ou Recheio
Produto: Oreo
Agência: FCB Brasil
Chief Creative Officer: Joanna Monteiro
Diretor Executivo de Criação: Fabio Simões (Simon)
Diretor de Arte: Romulo Caballeiro, Henrique Ferreira
Redator: Lui Lima, Mario Moraes
Art Buyer: Tina Castro, Carol Ladeira
Produção gráfica: João Ricardo, Daniela Fonseca e Camila Galdêncio
Atendimento: Cristiane Pereira, Sandra Lessa, Mariana Mozzaquatro, Ana Paula Ferreira, Vitor Shiraishi
Planejamento: Marcia Neri, Frederico Steinhoff
Mídia: Fabio Freitas, Camila Gazano, Mariana Rossi, Gabriela Monteiro
RTV: Charles Nobili, Ricardo Magozo, Pedro Lazzuri, Mariana Carneiro, Natasha Zaminiani
Produtora de imagem: Vetor Zero
Direção: Gabriel Nóbrega e Thiago Martins
Atendimento Produtora de Imagem: Camila Carrieri e Márcia Guimarães
Produção Executiva: Alberto Lopes e Sérgio Salles
Finalizador: Equipe Vetor Zero
Pós Produção: Equipe Vetor Zero
Produtora de Som: Antfood
Atendimento Produtora de som: Christiane Rachel, Lourenço Schmidt, Pedro Botsaris, Wilson Brown
Locutor: Lourenço Bairros

Aprovação do cliente: Christian Rosenfeld, Octavio Piccinato, Marcelo Laks, Marina Santos

Sobre Oreo - Líder mundial na categoria biscoitos recheados, segundo dados do Euromonitor, Oreo passou a integrar definitivamente o portfólio de produtos da Mondelēz Brasil em novembro de 2013. A marca centenária, vendida em mais de cem países, com valor superior a 2 bilhões de dólares, busca se destacar no mercado brasileiro por meio de seus diferenciais de produto, sabor e embalagem, além de grande investimento em comunicação.

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 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