



## Oreo lança post musical interativo para o Dia do Rock

*Em homenagem à data, marca faz publicação no Facebook para convidar os fãs a criarem músicas tocando digitalmente guitarra, baixo ou bateria*

**São Paulo, julho de 2016** - Para comemorar o Dia do Rock (13 de julho), **Oreo** traz uma inovação para os consumidores: um post musical interativo em sua página do Facebook. Criada pela agência **LOV**, a ação **Rock and Oreo** traz o conceito de imaginação da campanha “Oreo, recheado de Maravilhas” e brinca com o fato que se você desse um Oreo para um dos personagens, Lobo Mau, Vampiro ou Tubarão, eles fariam excelentes performances musicais.

Com essa chamada, a marca convida internautas a comporem músicas com instrumentos virtuais que estarão disponíveis na fanpage do biscoito mais amado do mundo: [www.facebook.com/oreo](http://www.facebook.com/oreo). Basta apertar qualquer sequência de números de 0 a 9, em seu teclado do computador, para fazer seu próprio som com uma guitarra, baixo ou bateria. Clássicos do rock como *Smoke On The Water* do Deep Purple e *Run To The Hills* do Iron Maiden, por exemplo, podem ser obtidos com a guitarra com a sequência 023 0243 02320 e 887 778 667 223, respectivamente. A interação estará disponível apenas para desktop.

### **Ficha Técnica:**

AGÊNCIA: LOV

CLIENTE: Mondelez

PRODUTO: Oreo

TÍTULO: Rock And Oreo

VICE PRESIDENTE DE CRIAÇÃO: Laura Florence

DIREÇÃO DE CRIAÇÃO: Rafael Conde

DIRETOR DE ARTE: Paulo Salles

REDATOR: Anna Karina Brockes

MOTION: Andrio Nascimento

DIREÇÃO DE TECNOLOGIA : Marcelo Soares

CRIAÇÃO DE TECNOLOGIA: Thalles Freitas

ATENDIMENTO: Marcelo Sarti, Rafael Chamas e Bianca Nogueira

MÍDIA: Guilherme Horácio, Cláudia Mello e André Mendes

PLANEJAMENTO: Flávia Spinelli, Carolina Serra, Suria Rocha e Giovanna Germani

GERENTE DE PROJETOS: Cristiane Molnar e Juliana Sousa

CLIENTE : Rafael Esposto, Marcelo Laks e Marina Oliveira

**Sobre Oreo** - Líder mundial na categoria biscoitos recheados, segundo dados do Euromonitor, Oreo passou a integrar definitivamente o portfólio de produtos da Mondelez 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 Mondelez International no Brasil** - Criando deliciosos momentos de alegria em 165 países, a Mondelez 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](http://www.mondelezinternational.com/br)



**Informações para a imprensa:**

Ariane Oliveira – [ariane.oliveira@tmkrs.co](mailto:ariane.oliveira@tmkrs.co)

Marcos Bonfim – [marcos.bonfim@tmkrs.co](mailto:marcos.bonfim@tmkrs.co)

Tel.: + 55 11 3061-3243