



Sucesso nos anos 90, Bubbalo Banana volta ao mercado

Marca atende a um pedido constante dos consumidores e resgata sabor que foi sensação na época do lançamento

São Paulo, julho de 2016 – Nada mais gostoso que um clássico que marcou uma geração retornar ao mercado e poder conectar pais e filhos, gerando sentimentos que transitam entre a sensação de nostalgia e de novidade. Com esse intuito, Bubbalo, marca de gomas de mascar da Mondelēz Brasil, relança Bubbalo Banana, produto que era febre entre os adolescentes na década de 90.

O retorno do sabor atende a uma demanda frequente dos consumidores que pediam a sua volta. “O Bubbalo Banana marcou tanto a geração da época que até hoje é lembrado e pedido pelos consumidores. Além disso, temos a oportunidade de dialogar com um público mais jovem, que ainda não conhece o produto”, afirma Felipe Michelotti, gerente de Marketing de gomas da Mondelēz Brasil.

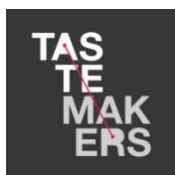
Quando lançado, em 1991, Bubbalo Banana virou uma sensação pois, além de ser um sabor diferente, contou com uma campanha que encantou os jovens ao trazer, ao ritmo de “Day-o banana boat”, a versão “Nada mais gostoso que um Bubbalo banana”, em ação criada pela agência Thompson.

Com o resgate do sabor, Bubbalo tem como estratégia incrementar o seu portfólio com inovação e movimentar o mercado de “bubble gum”. Segundo pesquisas sobre o consumo da categoria, novidades em sabores representam um item importante na tomada de decisão de compras, assim como versões frutadas, como é o caso de Bubbalo Banana.

A comunicação do plano está centrada no ambiente digital, canal forte para dialogar com o público-alvo de Bubbalo, jovens com idade entre 12 e 17 anos. O lançamento também marca o retorno dos investimentos da marca em ponto de venda, onde contará com amplo plano de exposição. A estratégia é assinada pela agência F/Nazca, que desenvolveu uma campanha irreverente para apresentar o retorno de Bubbalo ao mercado.

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