



Seguindo posicionamento global, belVita ressalta benefícios emocionais de começar bem o dia

Em busca da liderança na categoria de bem estar, marca traz humorista Paulo Gustavo aproveitando a energia que o produto proporciona no café da manhã

São Paulo, fevereiro de 2016 – belVita, marca de produtos integrais da Mondelēz Brasil, passa a explorar os benefícios emocionais de se começar bem o dia e ter a energia necessária para enfrentar os desafios diários. Com a nova campanha “Ganhe o Dia”, alinhada ao posicionamento global, a marca busca se aproximar do cotidiano dos consumidores, valorizando as pequenas vitórias e conquistas pessoais em meio à rotina corrida. Criada pela agência Peralta São Paulo, com produção da Paranoid, a campanha começa a circular nesta segunda, 22.

O filme, intitulado “Ganhe o dia”, retrata de maneira divertida como o consumo de belVita proporciona disposição, energia e versatilidade para se ganhar o dia. Para mostrar todo esse clima de positivismo, nada melhor que um garoto-propaganda cheio de energia como o ator e humorista Paulo Gustavo, autor do monólogo “Minha mãe é uma peça” e protagonista do filme “Vai que Cola”, lançado em outubro de 2015. No vídeo, após saborear o produto, o humorista fica animado e otimista para encarar sua atribulada programação do dia, que inclui reunião de trabalho, aula de yoga e trânsito no meio do caminho. Mesmo com tudo isso, ele ainda consegue visitar sua mãe e terminar o dia bem.

Esse novo viés na comunicação de belVita, que trabalha atributos emocionais e o conceito de bem estar, acompanha a tendência de valorização de uma vida saudável e equilibrada. “O segmento de biscoitos de bem estar, do qual belVita é pioneira, é um dos que mais cresce no Brasil, registrando um aumento de 20% entre 2014 e 2015. Com certeza, é um mercado com grande potencial a ser explorado”, analisa Eduardo Lemos, diretor de ativação de biscoitos da Mondelēz Brasil.

Quando chegou ao país, em 2013, lançando esse segmento de biscoitos de bem estar, a marca elegeu casais de atores para posicionar o produto no mercado. Taís Araújo e Lázaro Ramos (2015), Flavia Alessandra e Otaviano Costa (2014) e Grazi Massafera e Cauã Reymond (2013) estrelaram as primeiras campanhas de belVita. “Agora, a marca explora a ideia de que quando você começa bem o dia, se sente mais preparado e confiante para encarar os desafios diários”, explica Lemos.

Com incremento de aproximadamente 20% nos investimentos em comunicação, o filme “Ganhe o dia”, de 30 segundos, será veiculado nas principais emissoras de TV aberta do país. Para os canais digitais, belVita desenvolveu conteúdos exclusivos, todos estrelados por Paulo Gustavo. A estratégia inclui também o uso de mídia programática para abrir diálogo com um público mais específico e alinhado ao posicionamento da marca.

A nova campanha explora todo o portfólio de belVita, que conta com cinco sabores regulares – Leite e Aveia, Cacau e Avelã, Mel e Cacau, Maçã e Canela e Cacau e Cereais – e três sabores da linha Yogo, primeiro biscoito no segmento de integrais com recheio: Iogurte e Mel, Iogurte com Pêssego, e Iogurte com Banana e Aveia.

Ficha técnica:

Título: Ganhe o dia – 30”

Cliente: Mondelēz Brasil

Produto: belVita

Agência: Peralta São Paulo

Criação: Alexandre Peralta

Gestão e edição de Conteúdo: Rafael Serrano, Jo Beckman

Designer: Caio Gatti

Produtor RTV: Paula Rodrigues

Atendimento: Alexandre Grilo, Ines Rodriguez

Aprovação cliente: Karla Schlieper, Cleide Mota, Bruna Antero

Produtora: Paranoid

Direção: Heitor Dhalia

Diretor de Fotografia: Pedro Cardillo

Montagem: Rogério Ferreira Alves

Pós Produção: Clan VFX

Finalização: Clan VFX

Produtora de Som: Tesis

Locução: Mano Bap

Produtor: Thiago Lester, Silvio Piesco

Sobre BelVita – Além do posicionamento de café da manhã, a marca reforça a linha completa composta por um portfólio variado com o objetivo de proporcionar opções gostosas para integrar um café da manhã equilibrado e um começo de dia leve e gostoso. São cinco sabores regulares (Mel e Cacau, Leite e Aveia, Maçã e Canela, Cacau e Avelã e Cacau e Cereais) e três recheados belVita Yogo: nos sabores Iogurte e Mel e Iogurte com Pêssego e Iogurte e Banana.

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