



Sonho de Valsa propõe presente mais romântico no Dia dos Namorados

Marca lança embalagem presenteável para tornar qualquer mimo mais especial e fecha parceria com Lojas Americanas e Americanas.com para a data

São Paulo, maio de 2016 – Para ajudar os apaixonados no Dia dos Namorados, Sonho de Valsa, marca da Mondelēz Brasil, lança a ação “Qualquer presente fica mais romântico com Sonho de Valsa”, criada pela Wieden+Kennedy. O objetivo é divulgar a nova embalagem da marca, que traz no verso um espaço para personalização, onde os apaixonados podem fazer aquela declaração ou homenagem à pessoa amada, tornando o presente ainda mais especial. A ação, que inicia no dia 23 de Maio, é um desdobramento do posicionamento “Pense menos, ame mais”, que incentiva as pessoas a aproveitarem plenamente os momentos simples da vida a dois, sem racionalização.

E para mostrar que qualquer item fica mais romântico com Sonho de Valsa, a marca fechou uma parceria exclusiva com a Lojas Americanas e Americanas.com. Nas mais de mil lojas espalhadas pelo Brasil, a Lojas Americanas vai oferecer aos clientes sugestões de presentes, dos mais variados tipos, para serem dados juntamente com a nova embalagem de Sonho de Valsa e transmitir o amor de quem presenteia. Os produtos sugeridos como presente para a data estarão sinalizados em diferentes seções das lojas com forte material de ativação.

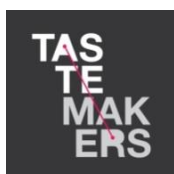
O cliente que prefere comprar o presente sem sair de casa, vai encontrar na Americanas.com variados kits em um hotsite exclusivo de Sonho de Valsa, produzido especialmente para o Dia dos Namorados. A combinação da nova caixa de Sonho de Valsa com uma caixa de som bluetooth, por exemplo, torna-se um presente mais romântico para os namorados. A partir do 23/05, acesse: www.americanas.com.br/sonhodevalsa

Além de reforçar o romantismo, a proposta é ajudar naquele momento nem sempre fácil da escolha do presente e também dar mais agilidade, já que a própria caixa traz espaço para mensagens. “Sonho de Valsa sempre busca inspirar e estimular os casais a surpreenderem seus parceiros. Acreditamos que, mesmo nos presentes mais simples, conseguiremos proporcionar um toque de romantismo”, afirma Juliano Rodrigues, gerente de Marketing da Mondelēz Brasil. Para comunicar a parceria, a marca investe em iniciativas nos canais digitais e ação com influenciadores.

Com o novo item no portfólio, a marca também demonstra sua aposta no segmento de presenteáveis, segmento que vem registrando alta significativa nos últimos anos. “Com essa novidade, apresentamos uma opção de presente ideal tanto para datas comemorativas, como é o Dia dos Namorados, como também para os demais momentos do dia a dia que merecem ser celebrados. O objetivo de Sonho de Valsa é continuar desenvolvendo formatos que ajudem os nossos consumidores a expressarem os seus sentimentos e admiração a quem se está presenteando”, explica Rodrigues.

Sobre Sonho de Valsa - Lançado em 1938 pela Lacta, Sonho de Valsa é um ícone para os apaixonados, sendo composto por uma casquinha de wafer, coberta com duas camadas de chocolate e recheado com creme de castanha de caju. Com a campanha “Pense menos, ame mais”, lançada em 2015, a marca incentiva as pessoas a aproveitarem plenamente os momentos simples da vida a dois sem racionalização.

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 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. 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.



Informações para a imprensa:

Ariane Oliveira – ariane.oliveira@tmkrs.co

Marcos Bonfim – marcos.bonfim@tmkrs.co

Tel.: + 55 11 3061-3243