



belVita moderniza identidade visual e traz nova embalagem

Com as mudanças, a marca pretende se destacar nos pontos de vendas, chamando mais a atenção do consumidor

São Paulo, outubro de 2016 – belVita, marca de produtos integrais da Mondelēz Brasil e pioneira do segmento de biscoitos de bem-estar, renova suas embalagens, apresentando um visual mais moderno e atrativo nas gôndolas. A mudança traz cores mais vibrantes às embalagens da marca expressando disposição e energia, que refletem o conceito de explorar os benefícios para começar bem o dia.

A nova identidade busca uma comunicação mais impactante nos pontos de vendas e dialoga com um projeto de renovação da identidade da marca desenvolvido em países europeus. “Com pesquisas e uso de tecnologias, como eye-tracking, trabalhamos uma composição visual que reforçasse os elementos-chave da comunicação de belVita: energia, otimismo e disposição para começar bem o dia”, explica Daniela Spila, gerente de Marketing da marca no Brasil.

belVita Minis

O mais recente lançamento da marca, belVita Minis, versão miniatura e em porção individual de 42g, já está presente nas gôndolas com a nova identidade. O produto permite diferentes formas de consumo, sendo ideal para acompanhar iogurte e frutas com mel no café da manhã, por exemplo. A iniciativa é a aposta de belVita para aumentar a penetração nos lares brasileiros, com um baixo desembolso no valor de R\$ 1,89 e venda unitária, proporcionando um melhor custo-benefício para o consumidor.

Além do Minis, belVita conta com um portfólio composto por cinco sabores regulares no seu formato tradicional de 90g – Leite e Aveia, Cacau e Avelã, Mel e Cacau, Maçã e Canela e Cacau e Cereais. A marca, que chegou ao Brasil em 2010 e ocupa a segunda posição do segmento em valor, já está presente em 1,5 milhão de lares brasileiros.

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 dois minis: Leite e Cacau e Cacau e Cerais.

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 3062-5178