

Sonho de Valsa chega ao mercado de cara nova com dois lançamentos

Além de nova embalagem, o doce faz parte do portfólio de biscoitos recheados



Julho de 2019 – Sonho de Valsa, marca icônica entre os brasileiros, inicia o segundo semestre do ano apresentando novidades que a tornam ainda mais completa e cheia de amor. Buscando conquistar ainda mais seus consumidores, a marca traz lançamentos para atender a diversos perfis de públicos: a nova embalagem de Sonho de Valsa e o biscoito recheado Sonho de Valsa, da linha Lacta Biscoitos.

O biscoito recheado sabor Sonho de Valsa passa a compor permanentemente o portfólio da Lacta, ao lado das versões Lacta ao Leite e Laka, e segue uma tendência de expansão já iniciada pela marca. É o que conta a Gerente de Marketing de Biscoitos para a Mondelez Brasil, Vivien Giampani. “As primeiras versões dos cookies foram lançadas em 2017 e, em menos de um ano, Lacta se tornou a terceira marca mais consumida do segmento. Sonho de Valsa é uma marca icônica, adorada pelos consumidores, então foi natural para nós trazer mais esse sabor para a categoria de biscoitos”.

Seguindo essa tendência, o wafer Sonho de Valsa chega ao mercado de cara nova. A renovação da embalagem do wafer recheado, “torcida” nas extremidades e tão conhecida pelos consumidores, para o formato *flow pack*, que garante o sabor, o aroma e a crocância do wafer recheado por mais tempo, e é válida para todos os formatos de Sonho de Valsa: vendido avulso, em embalagens de 1kg ou na Caixa de Variedades Lacta.

As novidades fazem parte do movimento de modernização da marca como um todo, assim como uma forma de manter a relevância por meio da inovação constante. É o que explica Yana Leocádio, Gerente de Marketing de Chocolates de Impulso para a Mondelez Brasil. “Sonho de Valsa é uma marca icônica com um sabor inconfundível, que faz parte da vida dos brasileiros há quase 80 anos. Com esta mudança, queremos renovar a marca e trazer ainda mais qualidade, proporcionando uma deliciosa experiência de consumo em diferentes formatos”.

Os dois lançamentos já podem ser encontrados nos principais pontos de venda de todo o país.

Sobre a Mondelēz International no Brasil – A Mondelēz International, Inc. (NASDAQ: MDLZ) “empower people to snack right”, ou seja, empodera os consumidores a escolher snacks do jeito certo, em aproximadamente 150 países ao redor do mundo. Com receita líquida de cerca de US\$ 26 bilhões em 2018, a empresa está liderando o futuro de snacks com marcas globais e locais icônicas, como Oreo, belVita, Cadbury Dairy Milk, Milka e Toblerone; Sour Patch Kids. No Brasil, a empresa tem em seu portfólio marcas amadas, 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 se orgulha de ser membro da Standard and Poor’s 500, da Nasdaq 100 e do Índice Dow Jones de Sustentabilidade. Visite www.mondelezinternational.com/br e siga nosso perfil no Twitter www.twitter.com/MDLZ.

Informações à imprensa

Loures Consultoria | (11) 2391.5005

mondelezbrasil@loures.com.br