

Dia do Biscoito | Marcas comemoram a data com posts nas redes sociais

Os biscoitos da grandiosa Mondelēz International, Oreo e Club Social trazem publicações divertidas para interagir com o consumidor nesta segunda-feira



[Imagem em alta](#)

São Paulo, 20 de julho de 2020 – A Mondelēz International, dona de marcas como Lacta, Tang, Halls, Trident, Oreo e Club Social, traz publicações, criadas pela agência Sapient, para celebrar o Dia do Biscoito. Na página de Club Social a publicação brinca com os novos sabores com a pergunta: “É #DiadeBiscoito e se você fosse um biscoito salgado (claro), estaria mais para? Original: o conselheiro da turma, Integral: o focado na dieta, Queijo: é de todos os grupos possíveis de amigos, Popular: adora reunir a galera toda. Já na página de Oreo, o post faz referência ao dilema sobre ser nomeado de biscoito ou bolacha e direciona para um link do parceiro de delivery com combos em promoção para consumidores da região de São Paulo.

Com duas marcas fortes na categoria de biscoitos, nesta data, a companhia não poderia deixar de relembrar as histórias e as curiosidades dos biscoitos mais queridos entre os consumidores.

Confira a história e curiosidades das marcas

Em 2013, Oreo, a marca líder absoluta de vendas no mundo, chegou ao Brasil e logo ganhou espaço nos lares do país. O biscoito se tornou, em abril de 2020, líder em faturamento do mercado brasileiro com cinco sabores no portfólio. É um ingrediente quase indispensável no universo das sobremesas e o único biscoito da categoria relacionado a momentos de indulgência com o ideal para presentear. Já a marca de biscoitos salgados, Club Social, está há 20 anos presente no Brasil, e atingiu popularidade e pioneirismo em sua versão portátil e embalagem individual. Club Social faz parte da rotina de milhares de brasileiros. O snack é a opção perfeita para quando bate aquela fominha no intervalo entre uma refeição ou outra.

E, no cenário atual, o segmento de biscoitos sendo muito presente no pequeno varejo, já está preparado para o “novo normal”. Por isso, a companhia faz parte do **Movimento Nós**, que é a junção de oito grandes empresas, incluindo a Mondelez, para contribuir com a volta do pequeno varejo e a retomada dos negócios. Juntas, as empresas vão investir R\$ 370 milhões, beneficiando mais de 300 mil pequenos comércios em todo o Brasil.



- No Brasil, o setor de indústria de Alimentos e Bebidas representa cerca de 9,6% do Produto Interno Bruto (PIB) do país;
- O setor cresceu 6,7% em 2019, com faturamento de R\$ 699 bilhões e encerrou 2019 com crescimento de 2,3% em vendas reais;
- Ainda, responde por cerca de 23% dos empregos da indústria da transformação do país, registrando 1,6 milhão de empregos diretos;
- Você sabia que Clube Social foi a primeira marca de biscoito no formato portátil do Brasil?
- Segundos dados Nielsen*, Oreo alcançou a liderança em faturamento de vendas e se tornou líder de mercado em abril, mantendo-se na liderança em maio;
- Club Social é a marca líder em vendas valor do segmento de salty (água e sal/cream cracker, salgados e recheados salgados);
- Oreo foi inventado no mesmo ano em que o Titanic afundou;
- Lançada em 2000, Clube Social é uma das marcas mais antigas de biscoitos da Mondelēz Brasil;
- Oreo, biscoito queridinho dos americanos era vendido à granel por cerca de USD 0,30 centavos por libra, o que hoje é equivalente a R\$1,24 por quilo;
- Dá para imaginar que o formato de Club Social foi feito pensando no formato de um smartphone?
- Atualmente, são vendidos mais de 100 milhões de Oreos por dia em todo o mundo.
- Club Social e Oreo se encontram também no pequeno varejo, onde, hoje emprega cerca de 1 milhão de pessoas e proporcionam impacto positivo em aproximadamente 3 milhões de vidas, incluindo as famílias destes empreendedores.

***Fonte:** Dados Nielsen Retail Index - T. Brasil INA+C&C - SOV% Abril e Maio 2020

Sobre a Mondelēz International no Brasil

A Mondelēz International, Inc. (NASDAQ: MDLZ) empodera as pessoas a escolherem snacks do jeito certo em aproximadamente 160 países ao redor do mundo. Com receita líquida de cerca de US\$ 26 bilhões em 2017, a MDLZ está liderando o futuro dos snacks com marcas globais e locais icônicas, como biscoitos Oreo, belVita e LU; Cadbury Dairy Milk, chocolate Milka e Toblerone; Sour Patch Kids e gomas Trident. No Brasil, 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 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.