



## **Tang distribui kits com brinquedos e alimentos para famílias em situação de vulnerabilidade social**

*Os kits serão entregues em parceria com a Associação Beneficente Arco e tem o objetivo de minimizar as dificuldades enfrentadas pelas famílias durante a pandemia de COVID-19*

**Julho de 2020** – O momento pelo o qual estamos passando está trazendo inúmeros desafios a serem superados. Foi pensando em como ajudar neste momento que **Tang**, líder no segmento de bebidas em pó e marca aliada das mães, pais e responsáveis, irá realizar a distribuição de kits para famílias em situação de vulnerabilidade social atendidas pela Associação Beneficente ARCO. Na ação, que acontece no dia 21 de julho, Tang vai entregar 644 kits, que atenderão famílias com média de cinco membros cada uma. Ao todo, serão 2.365 pessoas beneficiadas pela iniciativa.

A doação faz parte de uma série de ações que a marca vem realizando, diretamente conectada ao propósito de Tang, que se coloca como uma aliada na preparação das crianças para um futuro melhor. A marca entende que um conjunto de atitudes e exemplos positivos ao longo do tempo construirá bons hábitos e valores para que as crianças se tornem adultos que farão do mundo um lugar mais positivo.

“Como marca parceira que tem uma relação próxima de mais de 45 anos com seus consumidores, Tang quer retribuir de alguma forma toda a confiança dessas essas famílias. Queremos que elas se sintam apoiadas e acolhidas em um período de tantas incertezas e acreditem que, apesar dos desafios, o atual momento possa ser vivido de maneira mais leve e tranquila”, afirma Paloma Di Santo, Diretora Associada de Marca Tang, Clight e Fresh na Mondelēz Brasil.

A escolha da instituição ocorreu, principalmente, pela seriedade e solidez da Associação. A Arco, localizada na Zona Sul de São Paulo, atua por meio dos programas de Educação Infantil, Educação Integral, Educação para o Trabalho e Interação Comunitária, com diversos projetos em parceria com a iniciativa privada e convênios públicos, por mais de 30 anos.

### **FOCO NA BRINCADEIRA**

O grande diferencial dessa ação está na composição dos kits, pois os itens disponibilizados vão além de alimentos e, claro, de vários sabores de **Tang**, que não poderiam faltar! As cestas também trarão outros produtos da Mondelēz International (como BIS e Oreo), brinquedos e atividades de entretenimento para as crianças e adolescentes, de 1 a 18 anos, com o objetivo de ajudar essas famílias a terem momentos de diversão e leveza em meio a este cenário. Os kits trarão lápis de cor, revistinhas para colorir, jogo de pega vareta, caça-palavras, alfabeto ilustrado, ursinho de brinquedo, palhaço educativo, entre outros itens. Para atender às necessidades e idades das crianças de cada família, a ação contará com três modelos diferentes de kits, sendo 73 deles direcionados para os pequenos de 1 a 3 anos, 127 para crianças de 4 a 5 anos e 444 para crianças acima de 5 anos.

Tang entende que esses momentos com a família em casa, apesar dos contratemplos e desafios diários, podem ser, também, um período importante para valorizar o que realmente importa; por isso, atividades simples em família, como desenhar, conversar, brincar e interagir, também podem ser encaradas como grandes lições para o futuro.

“Desde o início da pandemia estamos realizando diversas ações para minimizar os impactos da pandemia para essas famílias e achamos essa ação muito especial pelo cuidado em pensar no brincar dessas crianças, e nas guloseimas, já que no momento os responsáveis se preocupam com o básico e esses itens tão importantes acabam ficando de lado.”, conta Sra. Heidi, coordenadora geral da Arco.

“Quando essa parada forçada passar, queremos que essas famílias tenham, apesar de tudo, boas lembranças desse período desafiador, memórias em família, de alto astral e muita brincadeira, pois temos certeza de que os vínculos emocionais construídos hoje serão sempre resgatados com carinho, além de serem fundamentais na formação das crianças”, finaliza Paloma.

### **Sobre Tang**

Nascida em 1959 como uma deliciosa alternativa ao suco de laranja, a marca de refresco em pó Tang está presente à mesa de milhões de consumidores em pelo menos 90 países. No Brasil, o produto completa 45 anos e é líder absoluto da categoria.

### **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 dos 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](http://www.mondelezinternational.com/br) e siga nosso perfil no Twitter: [www.twitter.com/MDL](https://www.twitter.com/MDL).

### **Informações à imprensa:**

#### **Agência PROS – Criando People Relations**

Ligia Azevedo: [ligia.azevedo@pros.com.vc](mailto:ligia.azevedo@pros.com.vc)

Bruna Bonafé: [bruna.bonafe@pros.com.vc](mailto:bruna.bonafe@pros.com.vc)

Giulia Cervetto: [Giulia.cervetto@pros.com.vc](mailto:Giulia.cervetto@pros.com.vc)

