

**TRIDENT FRESH FAZ CORO PELA REFRESCÂNCIA PARA
ANUNCIAR NOVA CAMPANHA**

*Novo filme publicitário da marca de gomas apresenta peixes cantores
ao som de "Bohemian Rhapsody", do Queen*

*Em comemoração, a marca traz de volta o sabor Freshmint, atendendo
a pedidos dos consumidores*

São Paulo, 11 de outubro de 2012 – Entra no ar amanhã a nova campanha de Trident Fresh, assinada pela agência F/Nazca Saatchi & Saatchi. Produzido pela Stink São Paulo, o filme "Pet Shop" vai além dos atributos gustativos e propõe uma refrescância mental ("mental renewal") nos seus consumidores.

O comercial traz um rapaz esperando pacientemente pela tosa de seu cachorro. Claramente, nada poderia ser mais monótono do que aquele momento, mas ao provar o Trident Fresh, o protagonista vê-se diante de uma nova realidade: um divertido coro do clássico "Bohemian Rhapsody", do Queen, entoado por peixes do aquário. Em um ritmo crescente, pouco a pouco, todos os elementos animados e inanimados do cenário são contagiados, até o próprio personagem.

Segundo Eduardo Lima, diretor de criação da F/Nazca Saatchi & Saatchi, "queríamos trazer à tona a sensação de uma rotina renovada. E transformamos uma situação corriqueira em algo provocante, diferente."

Na internet, a produção explora alguns segundos a mais para apresentar o "elenco" do Pet Shop. As versões de 15", 30" e 60" serão veiculadas em TV aberta. Todas as versões levam o conceito "U-hu, Refresh".

"Precisamos de refresh durante todo o dia, aquele "F5" que renova a

mente e as energias, trazendo diversão até nos momentos mais chatos e rotineiros. Trident Fresh proporciona essa mudança de estado de espírito aos consumidores, trazendo mais segurança para socializar e facilidade nas conquistas”, afirma Felipe Pedrolli, gerente de produto Trident na Mondelēz Brasil.

Em comemoração ao filme, a linha Trident Fresh ganha um reforço de peso: a volta do sabor Freshmint. A goma também ganhou um refresh e retorna ao mercado com sabor intensificado, muito mais refrescância e embalagem renovada, atendendo a pedidos dos consumidores.

Ficha Técnica:

AGÊNCIA: F/Nazca Saatchi & Saatchi

CLIENTE: Trident

TÍTULO: Pet Shop

PRODUTO: Trident Fresh

DURAÇÃO: 90, 60 e 30 segundos

CATEGORIA: TV e internet

DIREÇÃO DE CRIAÇÃO: Fabio Fernandes | Eduardo Lima

HEAD OF ART: João Linneu

REDAÇÃO: Eduardo Lima

DIREÇÃO DE ARTE: João Linneu | Rodrigo Castellari | Theo Rocha

RTVC: Regiani Petinelli | Renato Chabuh

ATENDIMENTO: Marcello Penna | Saulo Sanchez | Camila Hamaoui | Marcelo Paiva

MÍDIA: Lica Bueno | Sérgio Brotto | Kelly Prado | Nathalia Oliveira

PLANEJAMENTO: José Porto | Dorian Dack | Rafael Camilo | Monica Bauer | Caio Felipe

PRODUTORA: Stink São Paulo

DIREÇÃO DE CENA: Jones+Tino

ASSISTENTE DE DIREÇÃO: Luiz Otavio Machado

PRODUTOR EXECUTIVO: Adriano Costa

DIR. DE PRODUÇÃO: Murillo Barskeville

COORD. PRODUÇÃO: Karin Nantes

DIREÇÃO DE ARTE: Daniel Flaksman

DIRETOR DE FOTOGRAFIA: Andre Faccioli

PÓS-PRODUÇÃO: Clan Vxf

MONTAGEM: Jones+Tino

PRODUTORA ÁUDIO: Tentáculo

PRODUTOR|MAESTRO: Ed Cortes

TRILHA: "Bohemian Rhapsody", Queen.

LOCUTOR:

APROVAÇÃO|CLIENTE: Gonzalo Uribe | Vinícius Germano | Felipe Pedrolli | Ana Paula El Beck

Sobre Mondelēz Brasil

Mondelēz International é líder mundial em chocolates, biscoitos, balas e bebidas em pó. A companhia engloba as marcas de snacks da antiga Kraft Foods, após a cisão da operação norte-americana de alimentos em outubro de 2012. No Brasil, possui seis fábricas, nos estados de São Paulo, Paraná e Pernambuco e emprega cerca de 12 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 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 aproximadamente U\$ 36 bilhões e opera em mais de 80 países. Visite www.mondelezinternational.com/br.