



## **Tang valoriza relações familiares genuínas com duas novas ações**

*Na promoção “Álbum de família”, marca estampa imagens dos consumidores e suas famílias nas embalagens de Tang e oferece como prêmio um ano do produto aos selecionados;*

*Para marcar o relançamento do canal de Tang no YouTube, marca produz websérie exclusiva com Celso Portioli e família conversando sobre temas que desenvolvem o relacionamento familiar*

**São Paulo, março de 2017** - Como desdobramento da nova campanha “Somos feitos em casa”, Tang, líder em refrescos em pó, preparou duas ações para reforçar o conceito, ambas com estreia nesta semana. Com a promoção “Álbum de Família”, os consumidores podem ter suas imagens de momentos marcantes em família estampadas nas embalagens dos produtos e ganhar como prêmio um ano do produto. E, para marcar o relançamento do canal da marca no YouTube, o apresentador Celso Portioli e sua família, sucesso na plataforma de vídeos, contam detalhes e curiosidades dos momentos que passam juntos à mesa durante as refeições em uma websérie exclusiva.

Essas iniciativas complementam o esforço da marca de estimular relações genuínas entre pais e filhos. “São projetos muito importantes para Tang porque conseguem expressar claramente o nosso conceito e são conteúdos verdadeiros, com pouca ou nenhuma intervenção nossa. Tratamos, efetivamente, de famílias que prezam por compartilhar experiências e aprendizados. Tal como Tang acreditam que esses momentos são preciosos para o desenvolvimento da família como um todo”, afirma Felipe Pedrolli, gerente de Marketing de Tang.

### **Promoção “Álbum de Família”**

Para celebrar os momentos especiais em família, a promoção convida os consumidores para que compartilhem fotos e suas respectivas histórias no site <https://www.albumdefamiliatang.com.br>, até o dia 16/4. Ao todo, 110 imagens e relatos serão selecionados para estampar as embalagens de Tang comercializadas em todo o país. As embalagens serão produzidas com tecnologia digital HP Indigo 20000 que permite a impressão de imagens customizadas em altíssima qualidade. Além da exposição, as famílias receberão como prêmio um ano de Tang.

“Tang quer estar cada vez mais perto das famílias e acredita que essa é uma forma muito especial para fazer essa conexão. É uma ação muito grande, envolve uma logística imensa e temos certeza que será muito bem recebida pelos consumidores”, explica Pedrolli. A promoção, criada pela Talent em parceria com a B!Ferraz e com as embalagens

desenvolvidas pela Narita Design, tem início nesta segunda, 6, e informações adicionais podem ser obtidas no hot site [www.albumdefamiliatang.com.br](http://www.albumdefamiliatang.com.br).

### **Websérie “ Somos feitos em casa”**

Com Celso Portioli, sucesso no YouTube com quase 2,5 milhões de inscritos, a websérie, composta de cinco episódios, apresenta a família reunida à mesa conversando sobre temas que desenvolvem o relacionamento familiar. Surgem curiosidades, por exemplo, sobre a inspiração do apresentador para criar o seu canal na plataforma ou o filho ensinando sobre termos do universo digital, como “geek”, e detalhes do início do relacionamento do casal, entre eles o sempre temido pedido de autorização ao sogro.

A série é assinada pela 301, agência especializada no desenvolvimento da estratégia de conteúdo audiovisual online para conectar marcas ao seu público-alvo.

### **Ficha Técnica**

Agência: 301

Anunciante: Mondelēz Brasil

Título: “Somos feitos em casa”

Produto: Tang

Direção de Criação: Wagner Martins

Desenvolvimento de Conteúdo: Chico Barney

Atendimento: Gustavo Silveira

Mídia & Performance: Raphaela Cabrera

Aprovação cliente: Fabio Melo, Felipe Pedrolli, Camila Fantini, Felipe Nogueira e Cassia Suguinoshita

Produtora de Imagem: Pili Mídia

Finalização: Leo Armelin

Produção: Fernanda Pineda

Direção: Rodolfo Mieskalo

Produção Executiva: Natally Cavalari

**Sobre Tang** - Líder absoluto no mercado de bebida em pó, Tang é hoje a referência na categoria chegando a mais de 43% de participação no mercado brasileiro (Fonte: Nielsen Dez'16). É a marca protagonista no crescimento anual do setor, que em 2016 chegou a 6%, sendo que Tang representou 79% desse montante (Fonte: Nielsen). É hoje também a 4ª marca mais presente nos lares brasileiros, entre todos os produtos de bens de consumo (Fonte: Kantar Brand Footprint 2015).

**Sobre a Mondelēz International no Brasil** – A Mondelēz International, Inc. (NASDAQ: MDLZ), está construindo a melhor empresa de snacks do mundo, com uma receita anual de aproximadamente US\$ 26 bilhões em 2016. Criando mais momentos de alegria em cerca de 165 países, a Mondelēz International é líder mundial em chocolates, biscoitos, gomas, 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 Mondelez International 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](http://www.mondelezinternational.com/br)



**Informações para a imprensa:**

Ariane Oliveira – [ariane.oliveira@tmkrs.co](mailto:ariane.oliveira@tmkrs.co)

Gabriela Nardy – [gabriela.nardym@tmkrs.co](mailto:gabriela.nardym@tmkrs.co)

Tel.: + 55 11 3061-3243