



## **Trident Fresh cria capela de gelo e “casa” consumidores no São João**

*Marca faz releitura de casamento na roça e leva temperatura do sertão abaixo de zero grau*

**São Paulo, junho de 2017** - Para entrar no clima das festas de São João, Trident Fresh faz releitura de uma das tradições do festejo, o casamento na roça, criando uma capela de gelo e levando o sertão a temperaturas abaixo de zero grau. Com a instalação na festa de Campina Grande, na Paraíba, ativa entre os dias 20 de junho e 2 de julho, a marca pretende celebrar diversos enlances matrimoniais de consumidores, com direito à “certidão de casamento Fresh” e fotos para registrar esse momento.

Para participar da ativação, os participantes terão que usar roupas térmicas especiais para apreciar a temperatura da capela que estará entre -5 e -10 graus. “Queríamos trazer uma experiência única, e, com a capela de gelo, conseguimos unir a refrescância de Trident Fresh com uma tradição da festa junina, que é o casamento na roça”, explica Paloma Di Santo, gerente de Marketing de Gomas da Mondelēz Brasil .

A ação se soma a várias ativações inusitadas que a marca tem criado para celebrar o São João, como a maior selfie do mundo, em 2014, fazer nevar em festas da região, 2015, e música em parceria com o Wesley Safadão, 2016.

A iniciativa dialoga com o novo posicionamento da linha Trident Fresh, “Refresque Sua Vibe”, lançado em fevereiro deste ano. “Estar presente em um dos períodos mais festejados no Nordeste é fundamental para se conectar com o consumidor da região em um momento de grande afinidade e emoção”, afirma Di Santo.

Para ampliar a ativação no evento e região, a marca conta ainda com diversas ações, como sampling, correio elegante e comunicação personalizada em galhardetes. Outdoors nas estradas de Campina Grande e Caruaru, em Pernambuco, complementam a estratégia. As agências Atenas (idealização) e F/Nazca Saatchi & Saatchi (desenvolvimento de conteúdo e peças criativas) assinam a comunicação.

**Sobre Trident** - Trident, lançada em 1981 no país, é líder e referência de mercado, tendo fechado o ano de 2016 com 58,6% de participação em valor na categoria de gomas de mascar, segundo dados

da Nielsen. A marca da Mondelēz Brasil dialoga com um público jovem, descolado e com atitude, estando sempre presente nos mais diversos festivais de música que acontecem no país.

**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 Mondelēz 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:**



Milene Macaroun – [milene.macaroun@tmkrs.co](mailto:milene.macaroun@tmkrs.co)

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

Tel.: + 55 11 3061-3243