



Lacta apresenta nova identidade visual das marcas e leva mais cores às gôndolas

Com comunicação mais vibrante, marca reforça o seu papel como masterbrand e celebra as pequenas alegrias cotidianas

São Paulo, agosto de 2017 – Após anunciar o posicionamento “A alegria tá aí. Dê uma mordida” em janeiro, Lacta agora leva o conceito para as embalagens de todos os produtos que complementam o portfólio da marca líder em chocolates no país, como Diamante Negro, Laka, Shot, Sonho de Valsa, Bis e 5Star. Com comunicação mais vibrante, alegre e colorida a partir deste mês, a nova identidade traz a logomarca icônica, remetendo à origem de Lacta, que há 105 anos cria rituais de consumo de chocolate entre os brasileiros, sendo referência da categoria no mercado nacional.

A criação é da agência britânica Design Bridge, desenvolvida ao longo dos últimos dois anos, e busca reforçar a identificação dos pequenos momentos de alegria diários dos consumidores, novo conceito da marca criado pela agência Wieden+Kennedy São Paulo.

“A nova identidade visual leva ao ponto de venda uma linguagem mais moderna e alegre, que reforça o poder da marca Lacta e de seu portfólio. Queremos lembrar ao consumidor que a experiência de compra de chocolates pode ser tão convidativa quanto o momento do consumo em si”, afirma Adriana Nogueira, gerente de Equity Lacta para América Latina.

Para criar a identidade, a agência teve como objetivo retratar, além da alegria, elementos que demonstrem a grandeza de Lacta e das marcas sob o seu guarda-chuva. “Toda a mudança de visual vem para renovar o posicionamento de Lacta como masterbrand. Os confetes coloridos, por exemplo, na forma de sementes de cacau, são em cores que representam cada uma das marcas; e a imagem do produto mordido é um convite ao consumidor para explorar a alegria de Lacta”, complementa Claire Parker, diretora executiva de criação da Design Bridge.

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



Informações para a imprensa:

Rafael Palmeiras – rafael.palmeiras@tmkrs.co

Gabriela Nardy – gabriela.nardy@tmkrs.co

Tel.: + 55 11 3061-3243