



Trident invade SP com nova campanha OOH e reforça presença no dia a dia dos consumidores

Em ação out-of-home, marca ilustra ocasiões como encontro com um crush, prova difícil e happy hour

São Paulo, outubro de 2017 – Presente em diversos momentos do dia a dia dos consumidores, Trident, elenca em nova campanha de out-of-home, situações do cotidiano que pedem a goma de mascar. Descontraídas, as peças ilustram desde aqueles momentos mais delicados, como uma prova difícil, reunião importante ou encontro com o crush, até situações mais relaxantes, entre elas o happy hour e o passeio de bike no domingo.

A ação, que acontece em São Paulo e no Rio de Janeiro, reforça Trident como a opção ideal para todas as ocasiões, sempre presente nos bolsos dos consumidores, e estimula o desenvolvimento da categoria. “A marca está no dia a dia das pessoas em diversos contextos. Queremos reforçar que Trident é o parceiro perfeito em todos esses momentos, por meio de uma comunicação simples e moderna”, afirma Maximiliano Diaz, gerente de Marketing de gomas da Mondelēz Brasil.

Para a escolha dos canais onde ativaria a campanha, Trident adotou uma estratégia diferente: convocou os veículos de OOH e os desafiou a apresentar projetos inovadores para gerar exposição com foco em um target jovem. Com as propostas apresentadas, a marca, juntamente com a agência F/Nazca Saatchi & Saatchi, fez a seleção dos veículos para criar o desenho da arquitetura de mídia.

A campanha, que terá mais de 13 mil faces de publicidade, comunica a linha regular de Trident masterbrand, composta pelos sabores menta, hortelã, melancia, morango, tutti-frutti e canela. O amplo plano de mídia, que apresenta mensagens diretas e assertivas, começa a ser exibido nos mobiliários a partir do dia 17 de outubro. Em São Paulo, as peças serão apresentadas em relógios digitais e estáticos, pontos de ônibus, Metrô, CPTM e Elemídia de edifícios comerciais e universitários. No Rio de Janeiro, onde a marca promoveu recentemente ativações de mídia relacionadas ao Trident Music Truck, a comunicação agora ganha reforço e abrange, além de relógios digitais, metrô e VLT.

Ficha técnica:

AGÊNCIA: F/Nazca Saatchi & Saatchi

CLIENTE: Mondelez Internacional

PRODUTO: Trident

TÍTULO: Pede um Trident

1ª VEICULAÇÃO: 17/10/2017

DIREÇÃO GERAL DE CRIAÇÃO: Fabio Fernandes

DIREÇÃO DE CRIAÇÃO: Pedro Prado | Rodrigo Castellari

CRIAÇÃO: Philippe Demar | Rafael Klein

ATENDIMENTO: Ricardo Forli | Mariana Silveira | Rafael Franceschini | Nathalia França

MÍDIA: Mauricio Almeida | Fabiana Rodrigues | Thiago Ribeiro

ART BUYER: Juliana Gardim

ILUSTRAÇÃO: Mauro Ferreira

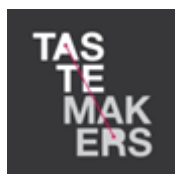
PRODUÇÃO GRÁFICA: Jomar Farias | Leandro Ferreira

APROVAÇÃO CLIENTE: Renata Vieira | Maximiliano Diaz | Julia Salgado | Gabriela Pereira

Sobre Trident - Trident, lançada em 1981 no país, é líder e referência de mercado, tendo fechado o ano de 2016 com 77,3% 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

Informações para a imprensa:



Rafael Palmeiras – rafael.palmeiras@tmkrs.co

Marcos Bonfim – marcos.bonfim@tmkrs.co

Tel.: + 55 11 3061-3243