



Clight reposiciona comunicação e reformula linha de produtos

Os refrescos chegam às gôndolas com novos atributos, como vitaminas, além dos já conhecidos, zero açúcar e baixo teor de sódio

Para refrescar a estação mais quente do ano Clight anuncia diversas novidades para os consumidores. Os refrescos passaram por reformulação e chegam às gôndolas com novos atributos, como vitaminas, além dos já conhecidos, zero açúcar e baixo teor de sódio. Outra novidade, é o lançamento do sabor Cranberry, pedido e aprovado pelos consumidores e que incrementa o portfólio de Clight.

As inovações refletem o novo posicionamento “Sinta todo o sabor de viver mais leve”, que incentiva os consumidores a desfrutarem a vida positivamente, sem julgamentos e sendo fiel aos próprios sentimentos. As novidades seguem também nas embalagens que agora apresentam logo mais moderno e comunicação visual que imprime leveza, bem-estar e refrescância.

“O novo Clight é para todos os consumidores que desejam uma bebida mais leve e saborosa. Com essa grande transformação de marca, Clight se reforça no território de saúde e bem-estar oferecendo preço acessível em um produto de alta qualidade”, afirma Cássia Suguinoshita, gerente de Marketing da Mondelez Brasil.

A partir do reposicionamento, Clight busca fortalecer a sua presença em bebidas saudáveis, segmento que cresce 20% a mais quando comparado com a média de não-alcoólicos nos últimos anos. “Esse mercado já representa quase 10% na cesta de bebidas não alcoólica e oferece grande potencial de crescimento para Clight”, complementa Suguinoshita. Para ativar as novidades, a marca preparou um forte plano de exposição nos pontos de venda, com displays, cestão, stoppers, wobblers entre outros formatos.

Sobre Clight – Clight teve seu lançamento em 1996 como a marca pioneira de sucos em pó diet/light que visava atingir mulheres que se preocupavam em manter a forma por meio da dieta. Com o passar dos anos nossa consumidora mudou e a marca acompanhou essa transformação apresentando o produto de forma a atender às suas necessidades, sem perder sua principal característica de baixo teor de sódio e calorias. Clight é uma marca feminina, que fala com todas as mulheres, mulheres reais que estão em busca não somente do corpo perfeito, mas, acima de tudo, saudável e da conquista do bem estar e da qualidade de vida.

Sobre a Mondelez International no Brasil – A Mondelez 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 Mondelez 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

Gabriel Goldenstein – gabriel.goldenstein@tmkrs.co

Tel.: + 55 11 3062-5178