



## Trident Fresh refresca Preta Gil em nova campanha

*Com dois filmes cheios de humor, ação comunica o novo conceito da linha, “Refresque sua vibe”*

**São Paulo, março de 2017** - A cantora Preta Gil aparece desconfortável em alguns ambientes inusitados: uma piscina cheia de gelo e dentro de uma geladeira em uma loja de conveniência. A situação muda quando ela decide pegar um Trident, que refresca automaticamente a sua vibe e a transporta para um cenário muito mais agradável e convidativo. As cenas fazem parte dos dois novos comerciais de Trident para comunicar a linha Fresh e o seu novo conceito, “Refresque sua vibe”, que destaca o atributo emocional do produto - oferece refrescância intensa por ter fresh coolers -, que leva o consumidor a um estado mais positivo e com mais energia.

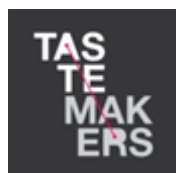
Criados pela agência F/Nazca Saatchi & Saatchi, os vídeos “Piscina de gelo” e “Loja de conveniência”, com estreia nesta semana, são os primeiros da marca sob o novo conceito, apresentado ao longo das ativações de Trident Fresh no Carnaval e no Big Brother Brasil. “Os filmes capturam de forma bem-humorada os atributos de Trident Fresh, o frescor aliado à sensação de energia positiva, interação social e abertura para ideias novas”, afirma Paloma di Santo, gerente de Marketing de gomas da Mondelēz Brasil.

A escolha da Preta Gil como garota-propaganda é uma extensão da parceria desenvolvida com o patrocínio de Trident Fresh aos desfiles do Bloco do Preta neste ano. “Ela foi a nossa porta-voz ao longo do Carnaval e representou muito bem esse conceito de pluralidade e democratização que Trident acredita. Ampliamos essa parceria por acreditar que ela tem o perfil ideal para personificar o posicionamento ‘refresque sua vibe’, de Trident Fresh”, explica Di Santo. O plano de mídia contempla inserções em TV aberta e ações em digital.

A linha Trident Fresh conta com quatro sabores: Intense, Herbal, Cereja Ice e Limão Ice, mais recente lançamento. A linha tem registrado crescimento constante desde o lançamento, em 2013, e já representa cerca de 20% do volume total de vendas de marca.

**Sobre Trident** - Trident, lançada em 1951 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](http://www.mondelezinternational.com/br)



**Informações para a imprensa:**

Ariane Oliveira – ariane.oliveira@tmkrs.co  
Gabriela Nardy – gabriela.nardy@tmkrs.co  
Tel.: + 55 11 3061-3243