



Oreo lança nova campanha e novo sabor Choco Brownie

Ambos serão lançados em fevereiro e reforçam a essência da marca.



Fevereiro de 2018. Oreo, a marca de biscoitos número um no mundo apresenta uma nova campanha que promete reforçar o posicionamento de aproximação e momentos de conexões em famílias. O lançamento da campanha acontece no dia 25 de fevereiro e contará com a divulgação em diversos meios, como redes sociais, TV, mídia exterior e rádio.

Em conjunto com a campanha, Oreo anuncia o lançamento do sabor Choco Brownie, que conta com o tradicional biscoito sabor chocolate da marca – já conhecido e amado por todos – e recheio cremoso sabor brownie de chocolate, proporcionando um sabor único. A edição é limitada e chega às prateleiras de todo o país a partir de fevereiro em uma embalagem de 90g. O sabor indulgente e embalagem divertida reforçam o posicionamento que Oreo comunica na campanha.

Vivien Giampani, Gerente de Marketing de Oreo para Mondelēz Brasil, ressalta o posicionamento da marca, enfatizando a importância das conexões familiares e o papel de Oreo nisso. “É essencial para nós mostrarmos ao público que Oreo, além de ser um biscoito com sabor único e delicioso, é uma marca que incentiva os momentos de diversão em família. Por essa razão sempre buscamos reforçar esse ponto em nossas comunicações e lançamentos de produtos.”, explica. “No ano passado lançamos Mini Oreo, um produto que possui um formato lúdico e divertido justamente para reforçar o posicionamento da marca. Agora, lançamos Oreo Choco Brownie com o mesmo intuito e, por isso, buscamos trazer um sabor mais indulgente e transmitir a diversão na arte da embalagem.”

Sempre inovando



O sabor Choco Brownie é resultado da busca frequente por novos consumidores e, para isso, Oreo está sempre pensando em novos formatos e sabores. Em 2018, a edição limitada sabor Torta de Limão fez sucesso ao lado de outros sabores como Tradicional, Golden Oreo além de Milkshake de Morango e Chocolate. A marca também agitou o mercado com o lançamento da linha de sorvetes.

Sobre Oreo

Líder mundial na categoria biscoitos recheados, segundo dados do Euromonitor, Oreo passou a integrar definitivamente o portfólio de produtos da Mondelēz Brasil em novembro de 2013. A marca centenária, vendida em mais de cem países, com valor superior a 2 bilhões de dólares, busca se destacar no mercado brasileiro por meio de seus diferenciais de produto, sabor e embalagem, além de grande investimento em comunicação

Sobre a Mondelēz International

A Mondelēz International, Inc. (NASDAQ: MDLZ) está construindo a melhor empresa de lanches no mundo, com receita líquida de US \$ 26 bilhões em 2017. Criando mais momentos de alegria em cerca de 160 países, a Mondelēz International é líder mundial em biscoitos, chocolate, goma, doces e bebidas em pó, com portfólio de marcas valiosas, como biscoitos Oreo e belVita; chocolates Cadbury Dairy Milk e Milka; e a goma de mascar Trident. A Mondelēz International se orgulha de ser membro da Standard and Poor's 500, Nasdaq 100 e Índice de Sustentabilidade Dow Jones. Visite www.mondelezinternational.com ou siga a empresa no Twitter em www.twitter.com/MDLZ.

Informações para a imprensa:

Loures Consultoria | (11) 2391-5005

Thuanny Caraponale – thuanny.caraponale@loures.com.br

OREO