



Lacta lança novo posicionamento de marca ‘cada pedacinho aproxima’

Evolução da marca reforça a necessidade de experienciar relações humanas verdadeiras, mostrando como o chocolate é um grande aliado nos momentos de conexão

São Paulo, setembro de 2019 – Em tempos onde as relações humanas se tornam cada vez mais superficiais e escassas, Lacta, marca centenária e líder do mercado de chocolates no Brasil, lança seu novo posicionamento, que estimula a qualidade dos momentos compartilhados com as pessoas que amamos e convida os seus consumidores a experienciarem estes momentos com uma deliciosa barra de chocolate. A campanha destaca a conexão entre indivíduos e valoriza o que realmente importa, viver plenamente os momentos que são compartilhados com as pessoas mais próximas a nós. Com a assinatura “Lacta, cada pedacinho aproxima”, a marca lança seu filme no próximo dia 29, nos intervalos do Domingão do Faustão e Fantástico.

Sempre atenta às mudanças de comportamento do seu consumidor e ao que eles buscam, a marca identificou, durante estudo, que uma grande tensão contemporânea é a superficialidade do mundo moderno, onde o contato humano parece cada vez mais raro, e quando acontece, não é vivido de maneira genuína. “Faz parte do DNA de Lacta evidenciar o consumidor em suas decisões. Por isso, nosso grande desafio era trazer para a comunicação mensagens que, de fato, ressaltassem como as conexões reais são importantes em nossa vida, mostrando como nosso chocolate é um grande aliado para que momentos especiais entre família e amigos possam ser ainda mais gostosos e prolongados”, afirma Isabella Elias, gerente de Marketing de Lacta para Mondelēz Brasil.

A peça destaca a cumplicidade existente entre pai e filha que, ao perceber que a adolescente chega em casa chateada, tenta conversar e entender o que houve. Primeiro, ele bate na porta e quando nota que ela não vai abrir, começa a enviar bilhetes

por debaixo da mesma, com mensagens e emoticons. Até que o pai passa uma tábua de chocolates e, de pedacinho em pedacinho, ambos se abrem para aproveitarem o momento presente, fazendo com que ele seja especial e se prolongue.

Criado pela agência Wieden+Kennedy e produzido pela YOURMAMA, a campanha perdura até o fim de 2019 na TV.

Sobre a Mondelēz International no Brasil

A Mondelēz International, Inc. (NASDAQ: MDLZ) empodera as pessoas a escolherem snacks do jeito certo em aproximadamente 160 países ao redor do mundo. Com receita líquida de cerca de US\$ 26 bilhões em 2017, a MDLZ está liderando o futuro dos snacks com marcas globais e locais icônicas, como biscoitos Oreo, belVita e LU; Cadbury Dairy Milk, chocolate Milka e Toblerone; Sour Patch Kids e gomas Trident. No Brasil, 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, da Nasdaq 100 e do Índice Dow Jones de Sustentabilidade. Visite www.mondelezinternational.com/br.