



## Lacta apresenta a Intense Experience

*Espaço com experiências sensoriais no universo do chocolate dark da marca acontece em São Paulo e receberá consumidores no dia 07 de fevereiro*

**São Paulo, 4 de fevereiro de 2020.** Para dar luz aos diferenciais de seu último lançamento - Lacta Intense - a marca apresenta a Intense Experience, um espaço exclusivo com experiências imersivas no universo dos chocolates de sua linha dark, que combinam a intensidade do sabor de cacau com a maciez inconfundível do chocolate Lacta. A Intense Experience acontece em São Paulo e receberá consumidores no dia 07 de fevereiro. Em uma ação nas redes sociais, a marca selecionou 35 consumidores para participarem da experiência, podendo cada um levar um acompanhante.

A experiência é composta por três ambientes que reforçam os atributos de Lacta Intense: intensidade, maciez e sabor. Coberto por espelhos que refletem conteúdos visuais deliciosamente satisfatórios e uma trilha em ASMR (termo utilizado para descrever sensações agradáveis causadas por alguma experiência sensorial, como sons e/ou estímulos visuais), o **primeiro espaço** transporta o visitante ao universo de **intensidade do cacau**.

Para tangibilizar o **principal diferencial** do chocolate dark de Lacta – **a maciez** – que é surpreendente para o segmento com maior teor de cacau, a marca chamou a artista Anne Galante para dar vida a **sala macia**. O espaço possui uma série de instalações em tricô e crochê, que proporcionam a sensação de aconchego e maciez por todos os lados de um ambiente circular sem arestas. Durante a experiência dessa sala, a marca preparou uma degustação guiada dos itens de 60% e 40% cacau para que os participantes sintam a maciez do produto de diversas formas usando os cinco sentidos.

Fechando o circuito de experiências, o participante chega à **sala saborosa**, em que acontece a degustação dos sabores. Nesse espaço, o participante se depara com quatro microambientes suspensos que representam o universo de cada um dos sabores de Lacta Intense: nuts, café, laranja e menta. O objetivo é que o expectador mergulhe em uma experiência sinestésica, sensibilizando cada um dos sentidos como forma de provocar uma experimentação que atinja um novo nível no paladar.

Para Isabela Elias, Gerente de Marketing de Lacta para Mondelēz no Brasil, a ação tem como objetivo ressignificar a experiência do visitante com o segmento dark,

apresentando através de uma experiência sensorial o principal diferencial do produto: o equilíbrio entre a maciez e a intensidade do cacau. “Lacta Intense tem uma receita única que rompe com o imaginário do público sobre a categoria com maior teor de cacau. Por isso nada melhor do que viver na prática a experiência de tudo o que o nosso produto é para entender de fato seu diferencial”, afirma a executiva. Toda a experiência, que é fruto da parceria entre a agência da marca, Wieden+Kennedy, e a parceira BFerraz, será captada e transformada em conteúdos que rechearão as redes sociais da marca.

“Para apresentarmos Lacta Intense ao mercado, apostamos numa experiência que nasce a partir de técnicas do emotional design, colocando o usuário no centro da experiência, para entender as sensações que o produto é capaz de despertar nas pessoas”, conta Enrico Benetti, CCO da BFerraz.

Para fazer a seleção consumidores para participar da Intense Experience, a marca realizou uma dinâmica em suas redes sociais e as 35 primeiras pessoas que se cadastraram, foram selecionadas. A marca ainda selecionará pessoas que já comentaram sobre chocolate dark e vai convidá-los a viverem a segunda primeira vez com a linha dark de Lacta.

### **Como se fosse seu primeiro chocolate dark**

A Intense Experience é parte da campanha de lançamento de Lacta Intense, a mais nova aposta da Mondelēz Brasil. É uma iniciativa que pretende reforçar os principais atributos da linha Lacta Intense, apresentada ao mercado em novembro de 2019, e que contará também com com vinheta na TV aberta, digital e mídia OOH. Com esse investimento, a marca pretende impulsionar e ampliar a categoria de chocolates dark no mercado. Alinhada aos objetivos do público alvo, a marca vai oferecer ainda combos de produtos na rede de cinemas Cinemark em todo o país, além de parceria com a GOL Linhas Aéreas para distribuição do produto nas principais rotas nacionais.

### **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](http://www.mondelezinternational.com/br).