



Tang apresenta novo posicionamento com lançamento de campanha “Com Tang vai bem”

Proposta da marca é ser uma aliada das mães durante as refeições

São Paulo, janeiro de 2020 - Tang, segunda marca mais escolhida na categoria de bebidas pelos brasileiros e líder no segmento de refrescos em pó, lança campanha que reposiciona a marca como aliada das mães nas refeições e na criação de boas pessoas. Tang entende que as mães e pais dão tudo de si, todos os dias, para encorajar atitudes positivas nos seus filhos, ensinando valores e bons hábitos. Sabemos que essa dedicação não é fácil, por isso Tang se apresenta como parceira dessas mães e pais, garantindo que todos os seus esforços valham a pena.

“A marca ouve suas consumidoras e compreende que a criação dos filhos envolve dúvidas, conflitos, estresse e julgamentos. Tang pode aliviar um pouco dessa tensão e ajudar os pais ensinando hábitos e valores importantes que as crianças aprendem a gostar enquanto crescem. A refeição é um desses momentos de aprendizado e desenvolvimento e Tang, presente nas mesas das famílias há 45 anos, quer preservar essa importante ocasião de conexão familiar, tornando-a mais gostosa e leve. ”, comenta Tamara Kulb, Diretora de Bebidas em pós na Mondelez Brasil.

“Com Tang vai bem”

Com a assinatura “Com Tang vai bem”, a nova campanha valoriza os momentos em família e ainda se posiciona como a bebida que ajuda as crianças no processo de alimentação, muito importante para o desenvolvimento. Tang tem sabor de fruta e vai bem com a comida porque estufa menos. Seus deliciosos sabores fazem as crianças comerem melhor, com mais variedade, e a beberem líquidos. O filme alegre e colorido inaugura a campanha e traduz, de forma lúdica, os benefícios de uma bebida mais leve no momento da refeição e a importância dessa ocasião na relação entre pais e filhos.

Essa campanha marca uma importante mudança na estratégia de Tang, que passa a investir mais de 50% da verba de mídia nos formatos social e digital - no passado, esse investimento não passava de 30% - e que alterou seu comportamento: há três anos esse período do ano era marcado por grandes promoções da marca e, em 2020, Tang aposta em ações para estreitar relacionamento com seus consumidores. “Nossa estratégia acompanha a jornada dos nossos

consumidores e seus hábitos. As mães e pais *millennials* se informam por esses meios e a alimentação é um dos principais tópicos dessas conversas. Tang quer estar presente nesse universo, agregando e sendo vista como uma marca cada vez mais próxima.”, completa Tamara.

Criada pela David, a campanha tem distribuição nacional e será veiculada em TV aberta, OOH e digital. Como patrocinadora do The Voice Kids, da Globo, Tang prepara formatos especiais de conteúdo no programa que serão exibidos até abril.

Sobre a Tang

Nascida em 1959 como uma deliciosa alternativa ao suco de laranja, a marca de refresco em pó Tang está presente à mesa de milhões de consumidores em pelo menos 90 países. Em 2011, tornou-se a 12ª marca global a fazer parte do hall dos rótulos que valem mais de US\$ 1 bilhão. No Brasil, o produto completa 45 anos e é líder absoluto da categoria.

Sobre a Mondelēz International no Brasil

A Mondelēz International, Inc. (NASDAQ: MDLZ) “empower people to snack right”, ou seja, empodera os consumidores a escolher snacks do jeito certo, em aproximadamente 150 países ao redor do mundo. Com receita líquida de cerca de US\$ 26 bilhões em 2018, a empresa está liderando o futuro de snacks com marcas globais e locais icônicas, como Oreo, belVita, Cadbury Dairy Milk, Milka e Toblerone; Sour Patch Kids. No Brasil, a empresa tem em seu portfólio marcas amadas, 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, assobremesas 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 e siga nosso perfil no Twitter www.twitter.com/MDL

Informações para imprensa:

Agência PROS – Criando People Relations

Ligia Azevedo ligia.azevedo@pros.com.vc

Bruna Bonafé bruna.bonafe@pros.com.vc