

## Oreo lança desafio e convida famílias a brincar

*#DesafioOreo será lançado em vídeo com imagens feitas pelo público, que tem buscado maneiras criativas de manter a rotina durante o isolamento social*



**São Paulo, abril de 2020** - Oreo, a marca de biscoitos número um no mundo, com objetivo de estimular as pessoas a manterem o clima de integração familiar durante o período de isolamento social, lança nas redes o #DesafioOreo, convidando a todos a mostrar como tem feito para se divertir sem sair de casa. Para marcar o início do movimento, um vídeo foi desenvolvido a partir de imagens espontâneas das redes sociais em que consumidores aparecem criando brincadeiras com o biscoito. Por meio da hashtag, Oreo tem a intenção de estimular o movimento e convidar mais famílias a participar. O filme, que estreia nesta segunda-feira, 27 de abril, durante o intervalo da final do BBB20, também poderá ser visto nas redes sociais da marca.

“Estamos passando por um momento que pede paciência e otimismo de todos. Oreo, como marca que habita o coração dos consumidores, não podia deixar de fazer seu papel e trazer um pouco de leveza para o momento, estimulando diferentes atividades que podem ser feitas entre pais e filhos dentro de casa. Sabemos que muitas pessoas já brincam com nosso biscoito e acreditamos na criatividade de nossos consumidores para criar outras tantas” afirma Gonzalo Latugaye, Diretor de Marketing de Biscoitos da Mondelēz Brasil.

A campanha é uma continuidade a mudança de slogan anunciada recentemente “Continue Brincante em Casa” e foi criada pela Sapiient AG2. Além do vídeo, a marca, em parceria com diversos influenciadores digitais, desenvolveu uma série de conteúdos especiais de receitas com Oreo fáceis e divertidas para serem feitas em família, e convida celebridades e seus filhos a participar do #DesafioOreo, iniciando um movimento que promove a conexão familiar com brincadeiras que ajudarão a vencer o tédio no período.

“Criar uma música e engajar tantos parceiros em tempo recorde tem sido um aprendizado, tanto para a agência quanto para a marca. É essencial que todas as ações sejam integradas a um único propósito que é convencer as famílias a manter a quarentena”, explica o Diretor de Criação Executivo da Sapiient AG2, Rodrigo Marangoni.

### **FICHA TÉCNICA:**

**Agência:** Sapiient AG2

**Cliente:** Mondelez Brasil

**Produto:** Oreo

**Aprovação cliente:** Gonzalo Latugaye, Patricia Graicar, Rose Gomes de Lima

**ECD:** Rodrigo Marangoni

**Criação:** Murilo Israel e Bruno Cavalcante

**Conteúdo:** Pamela Mourão, Carlos Lavagnoli, Gustavo Stevanato, Giovanni Sffair e Munique Melo

**Direção RTV:** Rita Theóphilo

**Edição/Motion:** Álvaro Zanella, Rodrigo Ferrari

**Color Grade:** Michel Fernandes

**Planejamento:** João Vicente, Tiago Tateyama, Laura Fedrizzi, Carlos Comparim, Beatriz Jelen

**Mídia:** Thiago Rodrigues, Felipe Arruda, Juliana Roque, Natalia Altomari

**Atendimento:** Rodrigo Ribeiro, Renata Velloso, Arthur Niggemann, Gabriela Ferrante, Vanessa Stangarlin, Amanda Paifar

**Operações:** Juliana Bonaldo

**Produção Áudio:** A9audio

**Atendimento Produtora de Som:** Guta Pagliarini

**Pós-produção:** Equipe Sapient AG2