



TANG ANUNCIA RELANÇAMENTO COM NOVA FÓRMULA E EMBALAGEM

Novidades estão alinhadas ao reposicionamento da marca que quer estar cada vez mais próxima das famílias, como uma aliada na preparação para o futuro das crianças



Outubro de 2020 – Desde o começo do ano, Tang, líder no segmento de bebidas em pó, tem anunciado uma série de iniciativas que reforçam seu propósito de se colocar como aliada de mães, pais e responsáveis na criação dos pequenos, pois acredita que a construção de bons hábitos e valores é efetiva para que se tornem adultos que farão do mundo um lugar melhor.

Dando continuidade a esse posicionamento, neste mês, Tang anuncia sua nova fórmula, que ganha um componente importante, a vitamina D, que se soma à já presente vitamina C. Além da nova fórmula, Tang também traz uma nova embalagem, que destaca os sabores do produto e reforça os claims “baixo teor de açúcares e sódio”, em uma iniciativa informativa para auxiliar os pais em boas escolhas no seu dia a dia.

Toda essa transformação protagonizada por Tang envolve profundo conhecimento dos hábitos dos consumidores. A marca ouviu dois mil brasileiros em uma pesquisa intitulada “Liquimetrics”, para entender os seus hábitos de ingestão de líquidos, os volumes diários

consumidos, o que “motiva” a sede das pessoas, além dos perfis de consumidores que a categoria de bebidas tem.

“Essa investigação foi muito rica. Descobrimos quais são as principais motivações da ingestão de líquidos e com isso, entendemos que Tang entrega um produto parceiro da refeição, uma bebida leve e ideal para compartilhar, que as crianças amam, e as mães aprovam”, conta Paloma Di Santo, Diretora Associada das Marcas Tang, Clight e Fresh na Mondelēz Brasil.

Com esse direcional, a marca também investe em estreitar sua conexão com as famílias e tem trabalhado para atender às expectativas de pais e mães millennials, que são superconectados e altamente exigentes na busca de boas opções que impactem o futuro dos seus filhos. “Essa mudança na composição de Tang é um movimento importante da marca para atender aos anseios desse público”, afirma Paloma.

O relançamento acontece, estrategicamente, próximo ao verão, período especialmente importante para o mercado de bebidas frias. Aproximadamente um terço das vendas da marca acontece durante os 3 meses mais quentes do ano: “Acreditamos que será o verão mais importante dos últimos anos, reforçado pelos lançamentos e pelo reconhecimento de Tang pelos seus consumidores como um produto saboroso, leve e que vai bem com a refeição, porque não estufa e, agora, com uma fórmula ainda mais rica. Todas essas iniciativas vêm para contribuir ainda mais com a confiança que a marca já tem”, finaliza Paloma.

Serviço:

Tang está presente em todo o Brasil, disponível em supermercados, magazines e sites de venda eletrônica.

Sobre Tang

Nascida em 1959 como uma deliciosa alternativa ao suco de laranja, a marca de refresco em pó Tang está presente na mesa de milhões de consumidores em pelo menos 90 países. 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 dos snacks com marcas globais e locais icônicas, como Oreo, belVita, Cadbury Dairy Milk, Milka, Toblerone e 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, 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 e siga nosso perfil no Twitter: www.twitter.com/MDL.

Informações à imprensa:

Agência PROS – Criando People Relations

Ligia Azevedo: ligia.azevedo@pros.com.vc

Bruna Bonafé: bruna.bonafe@pros.com.vc

Giulia Cervetto: giulia.cervetto@pros.com.vc