



Em ação inédita, Tang convida adultos a “votarem com a essência de uma criança”

Iniciativa tem como objetivo resgatar o que deveria ser tratado como prioridade na campanha eleitoral, através da visão das crianças, que são o futuro do mundo

Novembro – Em continuidade às suas ações que tem como propósito preparar as crianças para um futuro melhor, **Tang** lança uma campanha inédita que tem como mote convidar os adultos a resgatar um olhar menos parcial e mais coletivo na hora de votar, sob a ótica daqueles que representam o futuro do mundo, as crianças.

Criada pela agência David, com formato para os canais digitais da marca, a ação acontecerá entre os dias 14 e 29 de novembro (entre o primeiro e segundo turno das eleições brasileiras) e irá trazer questionamentos sobre o que deveria ser tratado como prioridade no momento da escolha dos representantes públicos, mas que acabaram sendo esquecidos ao longo do tempo pelos adultos, por inúmeros motivos e influências.

Em 6 vídeos de 15 a 20 segundos as crianças irão mostrar que o principal motivo para se votar em alguém, sob um olhar simples, porém exato que só as crianças têm, deve ser um pensamento de melhoria para toda a sociedade: “eu votaria pra gente ter mais saúde”, “eu votaria pra não ter mais preconceito” são as falas delas.

Desde o Dia das Crianças, a marca vem trazendo depoimentos dos pequenos em suas campanhas: “Acabaria com a fome do mundo, eu quero igualdade pra todos”, “eu mudaria o coração das pessoas, ensinaria elas a amar as pessoas e os animais”, dizem elas. De acordo com Paloma Di Santo, Diretora Associada de Marca Tang, Clight e Fresh na Mondelêz Brasil, Tang é uma marca que está há 45 anos presente na mesa dos brasileiros, por isso entende sua responsabilidade perante a sociedade e se coloca todos os dias como aliada de pais, mães e responsáveis, seja na hora das refeições ou em outros momentos, fomentando conexões familiares em suas iniciativas.

“Tang é uma parceria das famílias na preparação das crianças para um futuro melhor, mas na ação queremos inverter um pouco os papéis e provocar positivamente os adultos a enxergarem o mundo pelos olhos delas, que são o futuro, por isso convidamos a todos a votarem como uma criança.

REFORÇO DE PESO PARA FALAR DE PARENTALIDADE

Conhecidos em seus perfis por serem pais extremamente ativos na criação de seus filhos, a campanha de Tang contará com a participação da **atriz Deborah Secco** e do **apresentador Marcos Mion**.

Ambos farão posts em suas redes sociais para incitar as pessoas a pensarem no futuro de seus filhos na hora de votar, e também trarão depoimentos sobre como os seus filhos e as demais crianças votariam, caso estivessem na posição dos adultos hoje. A discussão ainda será amplificada nas redes por meio da hashtag #votecomoumacriança.

“O intuito do #votecomoumacriança é fazer as pessoas votarem com mais prioridade com base no que é essencial para construção do futuro melhor, e não de forma rasa ou superficial. Quando



você “vota como uma criança” você vota com um potencial maior de pensar no futuro, vota com esperança, com mais significado e sinceridade”, finaliza Paloma.

Sobre 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. 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