

BIS ENTRA NA ONDA EM UM DOS TORNEIOS MAIS PRESTIGIADOS DO MUNDO

Marca aproveita a oportunidade e lança bordão de um dos jogadores mais famosos no twitter



[Imagem em alta](#)

São Paulo, 21 de agosto: BIS, marca que faz parte do portfólio da Mondelez International, desenvolveu uma peça divertida, criada pela agência DAVID, para seus consumidores, antes do jogo da final do campeonato europeu que aconteceu no domingo (23). A ideia do post foi brincar com um dos bordões de um dos maiores jogadores do Brasil, trazendo o irresistível e o crocante BIS. O copy brinca que a cada gol feito uma bandeja do produto será devorada em comemoração: **“Hoje é dia de jogo, hoje tem caixa de som, cabelinho na régua, óculos e no mínimo uma caixa de BIS para devorar a cada gol”**.

Sobre a Mondelez International no Brasil

A Mondelez 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 Mondelez 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.