

Ritz® conecta con las nuevas generaciones al transformar el concepto del *snacking* con la nueva campaña “A tu antojo”

- Con esta nueva campaña la marca busca renovar su posicionamiento al ofrecer distintas soluciones al consumidor en el mundo del *snacking*.
- En México, Ritz® tiene una historia de más de 65 años y con su nueva campaña busca posicionarse con las generaciones más jóvenes como un snack apetecible que te puede acompañar en diversos momentos del día.
- La agencia Leo Burnett México junto con Papamusic, productora especializada en sonidos para marcas, desarrollaron por primera vez el “Sonic Branding” para Ritz®, haciendo que la galleta sea reconocible en los oídos de las personas, creando el efecto “antojable”.

CDMX 24/02/21.- Mondelēz México, empresa líder en snacks con marcas como Oreo®, Philadelphia®, Trident® y Tang®, anunció el lanzamiento de la campaña de Ritz® “A tu antojo”, de la mano de las agencias Leo Burnett México y Spark de Publicis Groupe. Este nuevo lanzamiento representa el reposicionamiento de la marca y se suma a los esfuerzos que se han emprendido en el terreno digital en años pasados, con lo que la icónica galleta busca elevar su posicionamiento como un snack para cualquier momento del día y ocasión.

Este reposicionamiento de Ritz®, marca de gran arraigo y tradición, es resultado de su evolución de los últimos tres años, tras quince de inactividad en comunicación. Hace tres años se arriesgó a cambiar su estrategia de medios *offline* a canales *online*, al dirigir sus esfuerzos al mundo digital, a través de contenidos personalizados, que desarrolló la agencia Spark, teniendo un éxito sin precedentes. Desde entonces ha ido construyendo su comunicación con un enfoque diferente, con campañas que buscan impactar a las audiencias más jóvenes, utilizando nuevos *partners* tecnológicos e impulsando el *e-commerce* en su estrategia, incluso antes del crecimiento exponencial de este canal, consecuencia de la pandemia, en donde la categoría de galletas registró un crecimiento del 289% al cierre de 2020.

La nueva campaña “A tu antojo” busca conectar con los consumidores de las nuevas generaciones, siempre dispuestos a experimentar, que hasta ahora asociaban las galletas Ritz® sólo como un snack para ocasiones determinadas y más tradicionales. El objetivo es cambiar su percepción y posicionar a Ritz® como un snack apetecible que te puede acompañar en diversos momentos del día, que es práctico, delicioso y fácil. Por eso el nuevo propósito de la marca es “Ritz® te acompaña a vivir la vida como se te antoje”.

“Con la nueva campaña “A tu antojo” buscamos seguir conectando con nuestros consumidores a través de estrategias innovadoras y relevantes. Estamos dirigiendo nuestros esfuerzos a impactar al máximo número de consumidores de una manera más personalizada a través de aliados estratégicos con los que podemos crecer en el espacio digital. Sin duda los resultados positivos en la categoría se han visto reflejados en el negocio, en donde hemos tenido un crecimiento significativo. Este tipo de acciones se enmarcan en el propósito de la compañía de crear el snack correcto para el momento correcto, hecho de la manera correcta al colocar a

nuestros consumidores al centro de nuestras decisiones.” Indicó Pilar Sánchez, Directora de Mercadotecnia de Mondelēz México.

Esta nueva campaña se enmarca en *Humaning*, la evolución de la estrategia global de marketing para todos los países en donde Mondelēz International tiene presencia, incluido México. *Humaning* es una propuesta enfocada en los consumidores, que busca crear conexiones humanas reales y con propósito, para descubrir lo que realmente une a las personas, más allá del puro análisis de datos. La misión de *Humaning* es impactar todo lo que hacemos en Mondelēz International, de manera interna y externa.

La agencia Leo Burnett México, responsable de la estrategia y la creatividad, entendió el rol y la importancia del sonido en un mundo donde las personas cada vez interactúan más con sus dispositivos mediante el uso de voz, por lo que desarrolló por primera vez junto a Papamusic, productora especializada en sonidos para marcas, el “Sonic Branding” para la marca, logrando transmitir el antojo de las Ritz también a través de los oídos de las personas.

Diego Ortiz, “Mimo”, Director General Creativo de Leo Burnett afirmó *“Ritz® es una galleta impresionantemente versátil en términos de producto, lo único que le faltaba era un concepto que le hiciera honor a esa capacidad de llevarse bien con todo. “A tu antojo” es una invitación a disfrutar caprichosa y descaradamente de esa versatilidad”*.

Esta campaña supone un regreso de la marca a la TV, continuando con la actividad digital que forma parte del ADN de la marca desde hace tres años. La estrategia de medios diseñada por la agencia Spark, se centró en un análisis exhaustivo de las audiencias para que los mensajes fueran más personalizados y relevantes y así lograr una mejor conexión con el consumidor.

FICHA TÉCNICA (CRÉDITOS):

CLIENTE: Mondelēz México

- Nayeli Galicia - Marketing Manager Biscuits
- Arturo Barberena - Marketing Analyst Other Biscuits
- Lorena Toro – Biscuits Marketing Manager
- Brenda Sánchez – Category Insights Manager Groceries
- Luciana Etcheverry – Head of Media
- Pilar Sánchez – Marketing Director

AGENCIA CREATIVA: Leo Burnett México

- Hugo Rivapalacio – Group Director
- Karime Valle - Account Supervisor
- Mariana Chavero - Account Supervisor
- Jessica Méndez – Planning Director
- Lorena Sosa – Data Analyst
- Juan Pablo Camargo – Chief Strategy Officer

- Federico Russi – Chief Creative Officer
- Diego Ortiz “Mimo” – Director General Creativo
- Marco García / Juan Balcazar – Directores Creativos
- Roberto Collazo – Director de Producción
- Jesús Almazán - Productor

AGENCIA DE MEDIOS: Spark Foundry

- Erika de la Rosa – Director de cuenta
- Julieta Godínez – Gerente de medios
- Alma Hernández – Coordinador
- Marco Benitez – Planner

Acerca de Mondelēz International

Mondelēz International, Inc. (NASDAQ: MDLZ) empodera a las personas a disfrutar snacks de la manera correcta en más de 150 países alrededor del mundo. Con ingresos netos de aproximadamente 27 mil millones de dólares en 2020, MDLZ está liderando el futuro del *snacking* con marcas icónicas globales y locales como Oreo®, Belvita®, Cadbury Dairy Milk®, Milka®, Toblerone®, Sour Patch Kids® y Trident®. Mondelēz International es orgulloso miembro de los índices bursátiles Standard & Poor's 500, NASDAQ 100 y del Dow Jones Sustainability Index. Por favor visite www.mondelezinternational.com o siga a la compañía en Twitter en www.twitter.com/MDLZ

Acerca de Mondelēz México

Mondelēz ha estado presente en México por más de 90 años. Actualmente genera más de 5500 empleos y cuenta con un portafolio diverso de marcas icónicas como Trident®, Oreo®, Philadelphia®, Clorets® y Tang®. México es el segundo mercado más importante para Mondelēz International en la región de Latinoamérica, gracias a sus tres plantas productoras que exportan a más de 26 países y a su liderazgo en los mercados nacionales de Queso Crema, Bebidas en Polvo y Gomas de mascar, donde 7 de cada 10 chicles que se consumen en el país son producidos por la compañía. El compromiso con la innovación y el consumidor impulsa el propósito de la compañía y confirma que Mondelēz se escribe con ‘M’ de México.

Acerca de Publicis Groupe – The Power of One

Publicis Groupe [Euronext Paris FR0000130577, CAC 40] es un líder global en comunicación. El Grupo está posicionado en cada paso de la cadena de valor, desde consultoría a ejecución, combinando marketing transformacional y transformación digital de negocio. Publicis Groupe es un partner privilegiado en la transformación de sus clientes, para impulsar la personalización a escala. El Grupo cuenta con diez áreas de expertise, concentradas dentro de cuatro actividades principales: Comunicación, Media, Data y Tecnología. A través de una organización flexible y homogénea, sus clientes tienen acceso a todo su expertise en cada mercado. Presente en más de 100 países, Publicis Groupe emplea a cerca de 80,000 profesionales. www.publicisgroupe.com | Twitter: @PublicisGroupe | Facebook | LinkedIn | YouTube | Viva la Difference