



PepsiCo lança **TODDYnho®** Light

PepsiCo traz nova versão de seu tradicional leite flavorizado, agora com menor quantidade de açúcar e com 50% menos calorias em relação aos demais produtos da marca

São Paulo, 14 de julho de 2011 – Não há como negar que a PepsiCo, fabricante de marcas como **QUAKER®**, **COQUEIRO®** e **KERO COCO®**, está determinada em renovar continuamente seu portfólio de produtos, sempre em busca de novidades que atendam às necessidades atuais dos consumidores. Prova disso é que a companhia de bebidas e alimentos acaba de lançar o **TODDYnho®** Light, acrescentando à linha de sua consagrada marca de leite flavorizado uma opção com menos açúcar, menos gorduras e com uma quantidade de calorias 50% menor em relação aos outros sabores já existentes (chocolate tradicional, brigadeiro e napolitano).

A chegada do novo produto, que possui apenas 92 kcal, pode contribuir para redução de peso das crianças brasileiras. Segundo dados do IBGE Pesquisa de Orçamento Familiar 2008-2009, aproximadamente 35% das crianças, entre 5 e 9 anos, têm sobrepeso e 15% são obesas. Além dos números de crianças acima do peso ideal, o mais recente estudo realizado pela Nielsen sobre informação nutricional, aponta que a maioria das mulheres brasileiras se preocupa com a saúde da sua família. A pesquisa mostra que 62% das mulheres, que fazem compras, checam as calorias indicadas nos rótulos antes de escolher algum produto e 52% verificam a quantidade de açúcares.

TODDYnho® Light também está inserido na estratégia da PepsiCo intitulada como Performance com Propósito, conforme explica o gerente da marca Alexandre Salvador. “Nosso principal objetivo é fornecer alimentos e bebidas que contribuam para um estilo de vida mais saudável. E **TODDYnho®** Light encaixa-se perfeitamente nesse compromisso, ao oferecer sabor com saudabilidade”, informou o executivo.

Além disso, em março deste ano, **TODDYnho®** lançou uma nova campanha institucional. Por meio de um filme veiculado na TV e de ações em pontos de venda, embalagem e Internet, a marca da PepsiCo reforçou a importância da imaginação e da criatividade como sendo fundamentais para a diversão das crianças. “Por meio desta campanha procuramos falar diretamente com os pais, para reforçar a imagem do nosso produto como o ‘Companheiro de aventuras do seu filho’, ao entregar sabor e nutrição à garotada, além de estimulá-la a brincar, fantasiar e se divertir”, explicou Salvador.

Histórico

Desde sua criação, em 1982, **TODDYnho®** agrada as crianças por acompanhá-las nos melhores momentos, seja durante as brincadeiras ou na hora de fazer um lanche. Agrada também os pais, pois é seu companheiro na educação e alimentação dos filhos, já que alia a nutrição do leite e vitaminas, a energia do chocolate, a conveniência de poder ser consumido a qualquer hora e em qualquer lugar e o delicioso sabor que a garotada adora.

Durante sua trajetória, **TODDYnho®** sempre brincou com a imaginação das crianças – quem não se lembra do filme com um rio de chocolate? –, mas também já falou de assuntos sérios,



como a preservação do meio ambiente. Desde 2009, a marca foca sua comunicação nos pais e lançou, em 2010, site com dicas para contribuir com a alimentação saudável de seus filhos. Uma das ferramentas para isso, disponível no site, é uma lancheira virtual, para auxiliar pais e mães a montarem um lanche equilibrado para as crianças levarem à escola.

Ao longo de sua história, a marca esteve junto dos consumidores também através de promoções. Na última delas, **TODDYNHO**® premiou três famílias com uma viagem para Orlando, nos Estados Unidos, e com entradas para os parques temáticos da cidade. Ao todo foram mais de 2 milhões de participações, um recorde.

E para se aproximar ainda mais das mães, em março **TODDYNHO**® lançou a campanha institucional “Com imaginação a infância é uma grande aventura”. Através de filme veiculado na televisão, ações em ponto de venda, internet e embalagem, a marca da PepsiCo reforçou que a criatividade e a imaginação são fundamentos que devem ser estimulados desde a infância. Aliados a eles, os pais devem prover uma alimentação equilibrada a seus filhos e incentivá-los a praticar atividades físicas, garantindo assim que tenham uma vida saudável e divertida.

Sobre TODDYNHO®

TODDYNHO® é produzido pela PepsiCo, uma das maiores empresas mundiais do setor de bebidas e alimentos. A linha de produtos **TODDYNHO**® é composta pelos seguintes produtos: **TODDYNHO**® nos sabores Chocolate, Brigadeiro e Napolitano. **TODDYNHO**® recebe o selo do FSC por ter embalagem produzida com madeira de florestas certificadas e outras fontes controladas.

Sobre a PepsiCo

A PepsiCo oferece o maior portfólio mundial de marcas de alimentos e bebidas, que inclui 19 diferentes linhas de produto que geram anualmente mais de US\$ 1 bilhão de vendas no varejo cada. Seus principais negócios - **QUAKER**® (Cereais), **TROPICANA**® (sucos), **GATORADE**® (bebidas esportivas), **FRITO-LAY**® (snacks), e **PEPSI-COLA**® (bebida carbonatada) - também produzem centenas de outros alimentos e bebidas convenientes, saborosos e nutritivos, que são nomes conhecidos e respeitados em todo o mundo.

No Brasil desde 1953, a PepsiCo é uma das principais companhias de alimentos e bebidas do país e atua no mercado por meio de marcas preferidas e líderes de mercado como **QUAKER**® (cereais), **TODDY**® e **TODDYNHO**® (achocolatados), **COQUEIRO**® (pescados), **ELMA CHIPS**®, **LUCKY**® e **EQLIBRI**™ (snacks), **GATORADE**® (bebidas esportivas), **LIPTON**® (chá pronto, em parceria com a Unilever), **KERO COCO**® e **TROP COCO**® (água de coco), **H2OH!**® e **PEPSI-COLA**® (bebidas carbonatadas).

No total, a companhia conta com 15 plantas e cerca de 100 filiais de vendas localizadas em todo território brasileiro e com o talento de quase 10 mil funcionários que já elegeram a empresa por 11 vezes como uma das melhores para trabalhar no Brasil (segundo pesquisa da Revista Exame e FIA – USP). Desde 1997, a companhia mantém estreita parceria com a AmBev - Companhia de Bebidas das Américas - para a produção, comercialização e distribuição de **PEPSI**®, **H2OH!**®, **GATORADE**® e **LIPTON**® aos mais de um milhão de pontos de venda pelo país.



Na PepsiCo, os funcionários são unidos pelo compromisso de alcançar crescimento sustentável ao investir em um futuro mais saudável para as pessoas e para o planeta, o que acreditamos também ser um futuro mais bem sucedido para a PepsiCo. Nós chamamos este compromisso de Performance com Propósito, isto é, a promessa da PepsiCo de oferecer um amplo portfólio de alimentos e bebidas que atendam aos paladares locais dos consumidores; de descobrir formas inovadoras para minimizar nosso impacto no meio ambiente, incluindo a conservação de água e de energia e a redução do volume de embalagens; de propiciar um ótimo local de trabalho para os nossos funcionários; e de respeitar, apoiar e investir nas comunidades onde operamos.

Para saber mais sobre a PepsiCo no Brasil, acesse www.pepsico.com.br ou acompanhe:

- Twitter | [@PepsiCoBrasil](https://twitter.com/PepsiCoBrasil)
- Facebook | <http://www.facebook.com/PepsiCoBrasil>
- Orkut | <http://www.orkut.com.br/Main#Profile?uid=2111816987361294270>
- PepsiCo Press Releases | <http://www.pepsico.com.br/media/press-releases.html>
- PepsiCo Vídeos | <http://www.youtube.com/user/pepsicobrasil>

Para saber mais sobre a PepsiCo no mundo, acesse www.pepsico.com ou acompanhe:

- Twitter | [@PepsiCo](https://twitter.com/PepsiCo)
- Facebook | <http://www.facebook.com/PepsiCo>
- [PepsiCo Blogs](http://www.pepsicoblogs.com/) | <http://www.pepsicoblogs.com/>
- [PepsiCo Press Releases](http://www.pepsico.com/Media/Press-Releases.html) | <http://www.pepsico.com/Media/Press-Releases.html>
- [PepsiCo Multimedia](http://multimedia.pepsico.com/) | <http://multimedia.pepsico.com/>
- [PepsiCo Vídeos](http://www.youtube.com/user/PepsiCoVideo) | <http://www.youtube.com/user/PepsiCoVideo>