



## **TODDYNHO® invade mídias sociais para estreitar contato com os pais**

*Marca da PepsiCo lança perfis no Facebook, Twitter, You Tube e Orkut para aproximar relacionamento com público consumidor e acompanhar de perto críticas e elogios ao produto*

**São Paulo, XX de maio de 2011** – O achocolatado pronto para beber mais famoso do Brasil chegou às mídias sociais. Nesta terça-feira, **TODDYNHO®** ganhou perfis no Facebook, Twitter, You Tube e Orkut e, de agora em diante, trará muito mais informação, interatividade e diversão para os pais brincarem com seus filhos. A entrada do tradicional leite aromatizado nos canais virtuais tem como objetivo aproximá-lo ainda mais de seus consumidores e reforçar seu conceito de ser o “Companheiro de Aventuras do seu filho”.

No Facebook e no Orkut, por exemplo, a meta é estabelecer um canal de diálogo fomentado por informações relevantes, principalmente para o público feminino materno, sobre temas como nutrição e imaginação. Dicas e sugestões de atividades para serem feitas com os filhos também estarão inclusas nas atualizações e postagens que **TODDYNHO®** terá nas redes sociais.

No You Tube a ideia é manter um canal de apoio para todas as ações que envolverem vídeos e também para abrigar todas as campanhas publicitárias em um espaço proprietário da marca. Já no Twitter, o objetivo é alavancar os acessos aos demais canais de contato e garantir uma rápida e atualizada forma de interação sobre os temas abordados.

“O Facebook, o Twitter, o Orkut e o You Tube são ferramentas de comunicação indispensáveis nos dias de hoje”, explica o gerente de **TODDYNHO®** Alexandre Salvador. “As mídias sociais significam uma via de mão dupla real na comunicação dos consumidores com as marcas”, completa o executivo.

### **Histórico**

Desde sua criação, em 1982, **TODDYNHO®** agrada as crianças por acompanhá-las nos melhores momentos, durante as brincadeiras e o recreio escolar. 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 as crianças adoram.

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, 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 da marca, é uma lancheira virtual, para auxiliar pais e mães a montarem um lanche equilibrado para as crianças levarem à escola.

Em outubro de 2010 lançou a promoção Viagem Encantada, que teve grande repercussão entre os consumidores e premia três famílias com uma viagem para Orlando e entradas para



os parques temáticos da cidade norte-americana. Foram mais de 2 milhões de participações, um recorde na história da marca.

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 que possam brincar, fantasiar e se divertir.

### **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**® e **PROPEL**® (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 conversação 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](http://www.pepsico.com.br) ou acompanhe:**



- Twitter | [@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](http://www.pepsico.com) ou acompanhe:

- Twitter | [@PepsiCo](#)
- Facebook | <http://www.facebook.com/PepsiCo>
- [PepsiCo Blogs](http://pepsicoblogs.com/) | <http://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>

#### **Assessoria de Imprensa Toddynho**

**Vanessa Piroló**

**(11) 2063-7638**

**(11) 9387-2603**