|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Contacto**: | Verónica Muñoz  915 77 92 72  [veronica.munoz@evercom.es](mailto:veronica.munoz@evercom.es) | Adrián Rodicio  915 77 92 72  [adrian.rodicio@evercom.es](mailto:adrian.rodicio@evercom.es) |

**Philadelphia lanza la nueva campaña *Tómatelo con Philadelphia*, con el objetivo de capitalizar las cenas**

* Ante la realidad actual, Philadelphia lanza su campaña *Tómatelo con Philadelphia*, reflejando cómo el producto ha supuesto una solución para los consumidores durante estos meses de confinamiento.
* Con esta campaña, la marca busca conectar con sus consumidores millennials ofreciéndoles diferentes recetas deliciosas con Philadelphia para responder a los cambios en sus rutinas.

**Madrid** – **21 de julio de 2020** – Philadelphia, uno de los quesos crema más reconocidos del mundo, registró, durante los meses de confinamiento, un incremento de la demanda del 28,6% entre enero y junio 2020 (Nielsen), una subida motivada por el elevado número de consumidores que optó por este producto para elaborar las platos originales y sencillos durante esos meses.

Según Kantar, las comidas y cenas en casa están creciendo en un 27% este periodo. Como reconocimiento a la confianza mostrada por los consumidores en el confinamiento, y en respuesta al elevado incremento del consumo, la marca ha lanzado la campaña *Tómatelo con Philadelphia* para mostrar, a través de distintas recetas, cómo es posible elaborar deliciosas y sencillas cenas con Philadelphia convirtiéndolo en un momento de disfrute.

*Tómatelo con Philadelphia* cuenta con una campaña de televisión como principal soporte, apoyado por activaciones digitales y reconocidos influencers, quienes compartirán con los consumidores algunas de las cenas de Philadelphia a través de sus perfiles. Además, con cada compra, la marca regalará a sus consumidores un recetario compuesto por 7 recetas de Philadelphia, para que dispongan de diferentes opciones a la hora de cenar.

En palabras de Julia Pastor, Brand Manager de Philadelphia en España: “La situación que hemos atravesado ha provocado que los consumidores hayan pasado de hacer una o dos comidas en casa, a hacerlas todas. Este es un momento único para conectar con nuestros consumidores; su vida ha dado un giro que ha impactado en sus rutinas. La cena toma ahora un papel importante, representa un pequeño momento de disfrute y Philadelphia quiere estar ahí para ellos”.

**Sobre Philadelphia**

Philadelphia es uno de los quesos crema más reconocidos del mundo. Como una marca pionera en su categoría hace más de 100 años, Philadelphia ha puesto la innovación en el centro de su modelo de negocio. A día de hoy, en España, Philadelphia cuenta con más de 10 variedades: Philadelphia Original, Light, Sin Lactosa, Ensaladas, Mousses y una variedad de Sabores. De las 12 plantas en el mundo que fabrican Philadelphia, Hospital de Órbigo, en León, es la única que produce la variedad High Kosher.

**Acerca de Mondelēz International**

Mondelēz International, Inc. (NASDAQ: MDLZ) trabaja para cumplir con su misión de “empoderar a las personas a practicar el Snacking correctamente” (“Empower People to Snack Right”) en más de 150 países de todo el mundo. Con unos ingresos netos de aproximadamente 26 000 millones de dólares en 2019, MDLZ está liderando el futuro de los snacks a través de emblemáticas marcas internacionales y locales como las galletas *Oreo*, *Fontaneda*, *belVita* y *LU*; el chocolate *Suchard*, *Milka* y *Toblerone*; los caramelos *Halls*, los chicles *Trident* y quesos como *Philadephia* o *El Caserío*. Mondelēz International se enorgullece de formar parte de los índices Standard and Poor’s 500, Nasdaq 100 y el Índice de Sostenibilidad Dow Jones. Visite [www.mondelezinternational.com](http://www.mondelezinternational.com) o siga la empresa en Twitter en [www.twitter.com/MDLZ](http://www.twitter.com/MDLZ)

