**Comunicado de Imprensa**

Relançamento Super Bock 0,0% inclui novo formato

**Super Bock 0.0%: com nova imagem e nova campanha de publicidade**

* Campanha sob o mote *O mesmo espírito, sem álcool* reforça a importância das pausas sociais, nomeadamente à hora do almoço, para convívios com amigos ou colegas de trabalho.

A Super Bock 0,0% chega este mês ao mercado nacional com uma imagem mais moderna e alinhada com o segmento das cervejas sem álcool e com uma nova referência no portefólio, a lata de 33cl, para maior comodidade e conveniência. Garante o mesmo espírito sem álcool, numa cerveja de notas maltadas, suave e refrescante, ideal para as ocasiões de consumo em que se procura desfrutar de uma verdadeira cerveja, garantindo todo o sabor autêntico.

Para comunicar a nova identidade visual da Super Bock 0,0% foi criada uma campanha de publicidade que será veiculada, a partir de amanhã, dia 18, em televisão, outdoor e *online*. O Escritório é a agência responsável pela criatividade e a Initiative assegura o planeamento de meios.

Este relançamento acompanha o crescimento das cervejas sem álcool, tendência que se tem vindo a verificar a nível mundial, nos últimos anos. Em Portugal, o segmento do qual a Super Bock é líder de mercado já vale 12 milhões de litros\*, representando 2,4%\* do mercado total de cervejas. Este movimento decorre dos atuais hábitos de consumo, em que os consumidores, preocupados com a saúde e bem-estar, estão a adotar estilos de vida cada vez mais ativos e procurarem outras opções às cervejas existentes no mercado, particularmente em determinados contextos, como os almoços em dias de trabalho.

A cerveja Super Bock 0,0% é produzida através de um método cervejeiro de desalcoolização por destilação em vácuo, que preserva o sabor natural da cerveja e assegura um sabor autêntico, suave e refrescante, com caráter maltado.

O seu posicionamento reforça o propósito da Super Bock, a Amizade, mas também a atuação do Super Bock Group na área do consumo responsável e inteligente, ao incentivar os consumidores a desligar do trabalho durante o período do almoço, momento que pode ser aproveitado para conviver com os colegas ou para estar com amigos, enquanto desfrutam de uma cerveja sem qualquer teor alcoólico.

A gama Super Bock 0,0% encontra-se disponível em garrafa reutilizável (TR) 33 cl, lata 33cl (novo formato); *six pack* TP 33cl e caixa TP 15x 33cl nos diferentes canais de comercialização, alimentar, horeca e plataformas de e-commerce, nomeadamente através da Super Bock Store.

**Declaração de Bruno Albuquerque, diretor de Marketing Cervejas e Patrocínios do Super Bock Group:**

“A perceção dos consumidores em relação às cervejas sem álcool tem vindo a mudar, o que se tem refletido no crescimento do segmento ao longo dos últimos anos. São cada vez mais consideradas em diferentes momentos de consumo e contextos de socialização, sendo por isso uma natural oportunidade para o Super Bock Group e em particular para a Super Bock consolidar a sua liderança neste segmento. A Super Bock 0,0% será, por essa razão, uma forte aposta da empresa, suportada por uma nova campanha de comunicação multimeios, uma nova linha visual mais moderna e alinhada com o segmento e por um plano de experimentação junto do consumidor. É com o mesmo espírito da Super Bock, mas sem álcool, que vamos continuar a promover a Amizade, incentivando amigos e colegas de trabalho a juntarem-se também à hora de almoço, durante os dias de semana.”

Mais informação em [www.superbock.pt](http://www.superbock.pt) e [www.instagram.com/superbock/](http://www.instagram.com/superbock/).

Lisboa, 17 de março de 2022

Informações adicionais: RAQUEL PELICA:: ISABEL CARRIÇO



Tlm. 961 571 726:: 965 232 496

RAQUELPELICA@LPMCOM.PT:: ISABELCARRICO@LPMCOM.PT

Ed. Lisboa Oriente, Av. Infante D. Henrique, 333 H, esc.49, 1800-282 Lisboa

