

CANAIS

- AGENDA
- AGRONEGÓCIOS
- ARTIGOS
- AUTOS & MOTOS
- AVIAÇÃO
- BANCOS
- CARNAVAL
- COMBUSTÍVEIS
- COMÉRCIO EXTERIOR
- CONSTRUÇÃO CIVIL
- CULTURA
- DIREITO & JUSTIÇA
- DUTOS
- EDUCAÇÃO & QUALIFICAÇÃO
- EMPRESAS & NEGÓCIOS
- ENERGIA
- ENOGASTRONOMIA
- ESPORTE BUSINESS
- FARMACOLOGIA
- FATOR BRASIL PREMIUM
- FATOR CULT
- FATOR PÚBLICO
- GÁS
- INDÚSTRIA NAVAL
- INTERNACIONAL
- INVESTIMENTOS & ÍNDICES
- LIVROS
- LOGÍSTICA
- MARINHA MERCANTE
- MARKETING
- MEIO AMBIENTE
- MODA & BELEZA
- NAVIPEÇAS
- NÁUTICA & PESCA
- PAPEL & CELULOSE
- PERFIL
- PET SHOP
- PETROQUÍMICA
- PETRÓLEO
- PORTOS & TERMINAIS
- PRÊMIOS & HOMENAGENS
- RESPONSABILIDADE SOCIAL
- SAÚDE
- SEGUROS
- SIDERURGIA & MINERAÇÃO
- TECNOLOGIA & INOVAÇÃO
- TURISMO DE NEGÓCIOS

25/02/2011 - 10:10

**Comemorando 10 anos de história, marca FINI fideliza o público infantil**



As mais vendidas: Dentaduras - Minhocas brilha - Beijos - Amora - Minhocas Cítricas - Marshmallow Torção - Chicle Salada de Frutas

E conquista os mais velhos.

Balas de Gelatina, Marshmallows e Chicletes sempre foram alvo de crianças, certo? Nem sempre. A FINI, líder multinacional de guloseimas e dona das famosas dentaduras e minhocas de gelatina, prova que essas delícias fazem parte do dia-a-dia de muitos adultos.

Do avô ao neto, dos geeks aos engravatados, as guloseimas da FINI são consumidas por todas as idades. O filho não precisa pedir para a mãe comprar, ele consome junto com ela. Os fãs estão espalhados por todo o Brasil e em regiões que fogem ao eixo das grandes capitais.

Prova disso foram os resultados da campanha "Fini Combina Com Você" elaborada pela Xoxuá, agência de comunicação da empresa, que em 2010 mostrou à marca o potencial quase que inesgotável do produto: <http://www.youtube.com/watch?v=R04UXkycYRU> Ainda no ar, o conceito da campanha criou a oportunidade de atingir além do público primário infantil e surpreendeu as expectativas conquistando todas as faixas etárias. Com foco na TV e também web, a campanha conta com um mix de mídia que ganha penetração nas redes sociais, promove concursos culturais com a finalidade de estreitar seu relacionamento com o consumidor e gera um site b2c — o Mundo Fini — além do blog institucional da empresa, representado pelo porta-voz Mr. Fini, obtendo então, muitas respostas positivas de seu amplo target.

Mas quem é Mr. Fini? Um confeitiro inteligente, bem-humorado, culto e criativo que nasceu para aproximar o consumidor de uma forma leve e divertida, que não fosse um SAC, mas que funcionasse como tal. Este personagem que tem a cara de seu público é o host da marca: um jovem que estudou gastronomia, se especializou em patisserie e confeitaria nas melhores escolas da França e agora pode ser seu amigo! Este ano, Mr. Fini ganha mais personalidade do que nunca, dividindo em seu blog dicas de decoração para festas, receitas, novidades do Mundo FINI e de todo o universo que interessa aos seus seguidores.

Com sede na Espanha e presente em 180 países a FINI é produtora de mais de 400 toneladas por dia de delícias. Consolidada como uma das principais produtoras de guloseimas da Europa, sua origem artesanal de mais de três décadas transformou-se num império automatizado.

No mercado brasileiro a FINI é líder deste segmento, suas balas são consideráveis saudáveis, pois possuem gelatina natural, agente que ajuda no crescimento, fortalece os ossos e é isento de gordura. As balas de gelatina respondem por 60% de seu faturamento, seguido pelas linhas de Marshmallow (20%), Chicletes (5%) e o Regaliz (15%), uma guloseima exclusiva da marca.

As mais vendidas: Dentaduras - Minhocas brilho - Beijos - Amora - Minhocas Cítricas - Marshmallow Torção - Chicle Salada de Frutas

Em 2011, a FINI comemora seus 10 anos de história e se programa para uma jornada que marca presença junto ao consumidor. O novo filme "FINI 10 anos" será lançado em abril, aliado a um concurso cultural instigante. Serão vários lançamentos de produtos durante o ano todo, entre eles alguns licenciados pela Disney, além da ação "FINI Combina com solidariedade", que buscará parceria com uma entidade para reverter um percentual das vendas à associação, assim como muitas outras. | [www.mundofini.com.br](http://www.mundofini.com.br).

Enviar Imprimir

Siga o Portal Fator Brasil **twitter**



Pesquisar

**Churros do Serjão**  
"Churros do Serjão" para festas infantis ou eventos  
Tels: 21 9175-5925  
21 2456-8609



**Margem muito baixa \$0.5 / Barril**

Comissão gratuita na negociação de Petróleo.

Comece agora!

