**COMUNICADO DE IMPRENSA**

**Carnaxide, 21.04.2022**

Com Ricardo Araújo Pereira, para reforçar posicionamento de *one-stop shop*

**WORTEN APRESENTA NOVA CATEGORIA DE BELEZA EM WORTEN.PT,
A LOJA QUE “TEM TUDO E MAIS NÃO SEI O QUÊ”**

* **Arranca hoje, dia 21 de abril, a nova campanha da Worten para apresentar a categoria de beleza, com mais de 51.000 referências, agora disponíveis em** [**worten.pt**](https://www.worten.pt/perfumaria-cosmetica-e-beleza)
* **Ricardo Araújo Pereira volta a ser o protagonista da campanha; veja-a aqui:** [**https://youtu.be/2tcaa\_xBeYk**](https://youtu.be/2tcaa_xBeYk)
* **Criatividade da campanha é da** [**FUEL**](https://www.fuel.pt/)**, realização é de Tiago Guedes e a produção coube à Take It Easy e à** [**Pro(u)d**](http://www.proudsolutions.pt/)
* **Campanha multimeios inclui TV, rádio, exterior, digital, redes sociais, lojas e worten.pt, num investimento global na ordem dos 8.500.000€**

Depois das categorias de bebé, brinquedos, animais de estimação e desporto, a Worten vai alargar (ainda mais) a sua gama, agora no segmento de beleza, disponível em [worten.pt](https://www.worten.pt/perfumaria-cosmetica-e-beleza), que “tem tudo e mais não sei o quê”. São mais de 51.000 referências, com algumas delas a serem destacadas já nesta nova campanha, no ar a partir de hoje, 21 de abril, e que tem novamente como protagonista o humorista Ricardo Araújo Pereira.

***“Queremos consolidar o posicionamento da Worten como* one-stop shop *e o site worten.pt é importantíssimo para essa estratégia. Hoje, os Portugueses já sabem que no site da Worten podem encontrar muito mais do que tecnologia, pelo que, nesta fase, estamos focados em reforçar a variedade de categorias e de produtos que disponibilizamos online, para que o consumidor não tenha de andar às voltas na Net, com dezenas de janelas abertas, quando pode ter acesso e comprar tudo o que precisa – mesmo tudo! – em worten.pt. Até maio, teremos no ar esta nova campanha dedicada ao segmento de beleza, para mulheres e homens, com toda a variedade de produtos, sempre aos melhores preços”***, garante António Fuzeta da Ponte, Diretor de Marca e Comunicação da Worten.

Esta nova campanha segue a linguagem visual e humorística dos filmes apresentados no ano passado, como explica João Madeira da Silva, Diretor Criativo da FUEL: ***“Em 2021, toda a gente ficou a saber que worten.pt ‘tem tudo e mais não sei o quê’. Este ano, continuamos a provar isso mesmo, com novas categorias, nomeadamente beleza. Desta vez, o Ricardo transforma-se num especialista em maquilhagem, perfumes e em tudo o que é preciso para fazer um bonito serviço. Sempre com o humor habitual e tiradas memoráveis”***. E acrescenta: ***“Para estes novos filmes, quisemos manter a lógica dos anteriores, mas acrescentámos alguns elementos, como diferentes balcões, para, aos poucos, podermos evoluir a fórmula da campanha. Com tantos produtos e ingredientes destes, o resultado só podia ficar lindo”***.

Também Tiago Guedes voltou a sentar-se na cadeira de realizador, dirigindo estes novos filmes, depois de o ter feito, pela primeira vez, em 2021. **“Foi um enorme prazer trabalhar num ambiente de colaboração constante com a Worten e a FUEL e com uma liberdade de improviso absolutamente fundamental quando se trabalha com alguém como o Ricardo, que dentro desse espírito de construção contribui sempre com o seu enorme talento”**.

Esta campanha multimeios, em vigor até 1 de maio, será divulgada em TV (<https://youtu.be/2tcaa_xBeYk>), rádio, exterior, digital, redes sociais, lojas e worten.pt, num investimento na ordem dos 8.500.000€.

**Para mais informações, contacte a Lift Consulting:**

Tânia Miguel | tania.miguel@lift.com.pt | 918 270 387

Helena Rocha | helena.rocha@lift.com.pt | 917 176 862