



Trident desbloqueia benefícios para público do Rock in Rio

QR codes escondidos nas paredes de lambe-lambe destravam experiências exclusivas



São Paulo, setembro de 2019. Já presente em edições anteriores do maior festival de música do planeta, Trident traz mais uma novidade para o Rock in Rio em 2019. Com um stand localizado em frente ao Palco Mundo, paredes de lambe-lambe serão o cenário ideal para as selfies na Cidade do Rock e para algo inusitado e divertido: QR codes escondidos entre as imagens poderão desbloquear benefícios exclusivos para o público na hora. Os prêmios vão desde unidades de chicletes até uma visita ao Glass Studio, estúdio oficial do MultiShow no festival.

O stand será aberto ao público e qualquer pessoa poderá procurar pelos códigos escondidos. Uma equipe será responsável pela validação dos vouchers e distribuição de prêmios, que incluem também filtros exclusivos de Trident no Facebook. Lá, ainda será possível criar seus próprios pôsteres durante a oficina oferecida pela marca e participar de outras interações de tecnologia ao som de suas bandas favoritas. Além do espaço, a marca terá *vending machines* espalhadas por todo o gramado do festival vendendo os

chicletes mais amados do Brasil e dois filtros exclusivos e temáticos nos stories do Instagram.

“Já havíamos identificado que música é um território relevante para o público da marca. Então, estar presente em um evento da magnitude do Rock in Rio, o maior festival de música do planeta, nos aproxima ainda mais do nosso target marcando presença como o parceiro de bolso deles nestes momentos”, pontua Gabriel Garcia, Gerente de Marketing de Trident para Mondelez Brasil.

A ativação no evento faz parte da campanha *Masca que Relaxa*, lançada neste ano, que traz o chiclete como um importante aliado nas pequenas tensões do dia a dia. Esse apoio torna Trident a marca oficial do segmento no Rock in Rio.

Sobre a Mondelēz International no Brasil

A Mondelēz International, Inc. (NASDAQ: MDLZ) “empower people to snack right”, ou seja, empodera os consumidores a escolher snacks do jeito certo, em aproximadamente 150 países ao redor do mundo. Com receita líquida de cerca de US\$ 26 bilhões em 2018, a empresa está liderando o futuro de snacks com marcas globais e locais icônicas, como Oreo, belVita, Cadbury Dairy Milk, Milka e Toblerone; Sour Patch Kids. No Brasil, a empresa tem em seu portfólio marcas amadas, como Trident, Chiclets e Halls, os chocolates Lacta, Bis e Sonho de Valsa, os biscoitos Club Social, Oreo e Trakinas, os refrescos em pó Tang, Clight e Fresh, as sobremesas e o fermento em pó Royal e o cream cheese Philadelphia. A Mondelēz International se orgulha de ser membro da Standard and Poor’s 500, da Nasdaq 100 e do Índice Dow Jones de Sustentabilidade. Visite www.mondelezinternational.com/br e siga nosso perfil no Twitter www.twitter.com/MDLZ.