

## Halls desafia fãs à atitudes extremas

*Marca inova com lançamento da Extreme Store, primeira loja online onde a moeda de troca são atitudes radicais*

Sabe aquelas situações que dão frio na barriga? Coisas como mergulhar em uma banheira de gelo ou caminhar sobre fogo. Agora imagine se essas maluquices pudessem se transformar em prêmios incríveis. Pois é, é para as pessoas que encaram de frente os desafios que Halls inaugura, no dia 19 de novembro, a Extreme Store.

Criada para reforçar o lançamento da edição limitada Halls Fire & Ice, dois novos sabores, a Extreme Store é uma ação promocional, desenvolvida pela agência Wieden+Kennedy, na qual o consumidor pode “comprar” produtos de forma muito simples: basta escolher a oferta que se interessou no site [www.hallsextremestore.com.br](http://www.hallsextremestore.com.br) e fazer o upload de um vídeo realizando o desafio proposto. O primeiro vídeo que cumprir os requisitos, leva. Não precisa pagar nada, preencher cupons ou contar com a sorte para participar. Quanto mais ousada for a atitude, maior será o prêmio.

“O conceito de extremo que Fire & Ice entrega é transmitido nas atitudes que os consumidores precisam realizar para ganhar os prêmios. A iniciativa reitera o posicionamento de Halls, já conhecida por suas comunicações ousadas, como uma marca irreverente, que sempre surpreende seus fãs”, afirma Paloma Di Santo, gerente de marketing de Halls.

Os desafios serão lançados em quatro ondas, sendo a primeira em 19 de novembro. As datas serão divulgadas nas redes sociais da marca e a promoção se encerra em 23/12/2015. Ao todo, a Extreme Store contará com 18 desafios e 39 prêmios nada convencionais, que variam de uma viagem com tudo pago para um festival de música que acontece no Deserto de Nevada nos EUA até um ano grátis de jantar mexicano.

Mais informações e regulamento completo em [www.hallsextremestore.com.br](http://www.hallsextremestore.com.br).

**Sobre Halls** - No Brasil, Halls foi lançado em 1971, com o sabor Mento-Lyptus. Os sabores que conhecemos hoje – Cereja, Menta, Morango e Menthol – chegaram ao mercado em 1990. Hoje, a marca conta com um portfólio de 18 sabores em suas quatro linhas – regular, Halls Creamy, Halls Mini e Halls Soft. A marca é líder absoluta do segmento de balas no Brasil, com mais de 56% de participação no mercado [fonte: Nielsen Junho/Julho’2015 – Total Balas Brasil].

**Sobre Mondelēz International** - Mondelēz International é uma das maiores empresas de snacks no mundo, com receita anual de aproximadamente US\$ 34 bilhões em 2014. Por criar deliciosos momentos de alegria em mais



de 165 países, a Mondelēz International é líder mundial em chocolates, biscoitos, balas e bebidas em pó. No Brasil, possui fábricas, nos Estados de São Paulo, Paraná e Pernambuco e emprega cerca de 13 mil pessoas. A empresa tem em seu portfólio marcas valiosas, 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. Visite [www.mondelezinternational.com/br](http://www.mondelezinternational.com/br)



**Informações para a imprensa:**

Kassia Caricol – [kassia.caricol@tmkrs.co](mailto:kassia.caricol@tmkrs.co)

Ariane Oliveira – [ariane.oliveira@tmkrs.co](mailto:ariane.oliveira@tmkrs.co)

Tel.: + 55 11 3061-3243