



## **Halls apresenta linha Fruit Explosion com dois novos sabores**

*Para ativar os lançamentos, marca volta a investir em TV - após cinco anos – em campanha com o slogan “Respire o ar de Halls”*

**São Paulo, agosto de 2016** – Halls investe em inovação e apresenta uma nova linha, a Fruit Explosion, que traz dois sabores inéditos aos consumidores brasileiros: Frutas Vermelhas e Blueberry. Os lançamentos serão divulgados em campanha que traz o slogan “Respire o ar de Halls”, que visa estimular as pessoas a perceberem de forma mais consciente as situações em que precisam retomar o ânimo e respirar um novo ar. Desdobramento do conceito global “Sinta o poder em cada respiro”, a campanha marca o retorno de Halls à TV, após cinco anos sem investir nessa mídia.

Com refrescância moderada, a linha tem por objetivo explorar todo o sabor das frutas e busca surpreender e movimentar o mercado, que é bastante suscetível a novidades. Segundo Paloma Di Santo, gerente de Marketing de Halls, o objetivo é reforçar as opções no portfólio da marca e gerar curiosidade nos consumidores. “O público pede por inovações e estamos atendendo a este pedido trazendo sabores inéditos. A novidade é um elemento que gera o interesse de experimentação, inclusive por conta do baixo desembolso”, afirma. Os produtos chegam ao mercado com o preço sugerido de R\$1,40.

Para posicionar os lançamentos, Halls volta à TV após cinco anos, quando comunicou Halls XS em 2011. O plano de mídia conta com filmes de 15” e 5” que serão exibidos, além da TV aberta, nas redes sociais e em canais pagos. Os vídeos trazem tanto os sabores da nova linha quanto o novo conceito da marca, em campanha criada pela Wieden+Kennedy Londres. Os vídeos retratam um sushiman que aparenta estar sem energia, desanimado. Ao consumir um Halls, no entanto, ele renova o seu ar e ganha disposição e ânimo.

“A ideia central é expandir a campanha e explorar ‘novas’ ocasiões de consumo de forma consciente. Mostramos que, às vezes, precisamos respirar um novo ar, e Halls pode ajudar ao trazer de volta seu melhor estado de espírito”, explica Di Santo. Outras iniciativas completam o plano de mídia assinado pela agência Wieden+Kennedy São Paulo: patrocínios, materiais de PDV e ativações diversas.

### **Ficha Técnica:**

Título: Halls Chop Chop

Duração: 15” e 5”

Cliente: Mondelēz Brasil

Produto: Halls

Ano de Produção: 2016

Agência: Wieden+Kennedy SP

Diretores Executivos de Criação: Renato Simões

Diretores de Criação: Gustavo Victorino

Redator: Rafael Melo

Diretor de Arte: Felipe Paiva  
Atendimento: Tiago Lima/ Nathalia Assad / Isabele Garcia  
Planejamento: Luana Azeredo/ Carolina Silva  
Social Strategy: Carolina Siper/ Gabriela Arieira/ Julia Garcia  
Mídia: Alexandre Ugadin/ Rachid Antun/ Alex Bezerra/ Tatiana Dejavite/ Daniela Araújo  
Business Intelligence: Paulo Vilarinho/ Eliel Guilhen/Mariane Avila  
Aprovação Cliente: Allan Peroni/Paloma Santo/Cintia Arruda/Giullia Marino/Marcella Ronconi  
Adaptação de vídeo: Parson Latam

**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 55% de participação no mercado (fonte: Nielsen 2015 – Total Balas Brasil).

**Sobre a Mondelez International no Brasil** -Criando deliciosos momentos de alegria em 165 países, a Mondelez 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 mais de 10 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. A Mondelez International tem uma receita anual de mais de U\$S 30 bilhões e se orgulha de ser membro da Standard and Poor's 500, Nasdaq 100 e do Índice de Sustentabilidade Dow Jones. Visite [www.mondelezinternational.com/br](http://www.mondelezinternational.com/br)



**Informações para a imprensa:**

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

Marcos Bonfim – [marcos.bonfim@tmkrs.co](mailto:marcos.bonfim@tmkrs.co)

Tel.: [+ 55 11 3061-3243](tel:+551130613243)