

## Halls entra para o universo do skate

*A marca de balas da Mondelēz Brasil irá patrocinar atletas e evento Monster Skate Jam Online*

A chegada da pandemia trouxe diversas transformações para os esportes, nem todas foram favoráveis, como a pausa de campeonatos e competições no mundo inteiro. Com isso muitos atletas ficaram desassistidos, pararam de treinar e até mesmo deixaram de ser patrocinados.

Com base no seu posicionamento, "Vai com Tudo, Vai com Halls", a marca da Mondelēz Brasil, decidiu entrar no jogo e patrocinar o Monster Skate Jam - um dos eventos mais respeitados do universo do skate. Por motivos de segurança, em 2020, o campeonato terá sua primeira edição Online e os participantes terão que enviar vídeos com 3 manobras e serão avaliados por juízes profissionais. O atleta que apresentar melhor qualidade, nível técnico, estilo e fluidez, nas categorias masculino e feminino concorrerá a prêmios.

Atualmente o torneio é homologado por marcas estrangeiras e Halls está entrando pela primeira vez como patrocinadora de esportes. A modalidade de skate passou a fazer parte das Olimpíadas e conta com 8,5 milhões de atletas, sendo 800 profissionais, só no Brasil.

Pensando no futuro do esporte, Halls apoiará skatistas amadores para incentivá-los a ir com tudo nas competições. O objetivo é dar oportunidade e espaço para novos talentos e a marca selecionará três atletas para compor o Time Halls, os escolhidos darão início a uma parceria que promete ser duradoura.

“Acreditamos que essa parceria tem muito a agregar para ambos os lados. Os atletas precisavam de um apoio e nós já tínhamos o desejo de nos aproximar do universo dos esportes. Tem tudo a ver com a nossa marca e nosso propósito de incentivar as pessoas a derrubar barreiras e vencer os desafios do dia a dia.” comenta Anna Carolina Teixeira diretora de Gomas e Balas da Mondelēz Brasil.

Em agosto de 2020, Halls estreou um novo conceito no país: “Vai com Tudo, Vai com Halls”. Mais do que reforçar o sabor único do Halls, a assinatura mostra como o Mentol, ingrediente exclusivo e responsável pela sensação refrescante, abre as vias aéreas e promove uma melhor respiração, sendo um importante aliado que pode inspirar e oferecer a motivação necessária para superar aquele frio na barriga, ainda mais em momentos difíceis como o atual. A campanha ainda está no ar e teve a criação liderada pela DAVID Miami, com adaptação local da DAVID São Paulo, e faz parte da plataforma global de comunicação do anunciante.

The logo for HALLS, featuring the word "HALLS" in a bold, blue, italicized sans-serif font.The logo for Mondelēz International, featuring the word "Mondelēz" in a purple, stylized font with a tilde over the 'e', "International" in a smaller purple font below it, and the tagline "SNACKING MADE RIGHT" in a purple, all-caps sans-serif font at the bottom.

### **Sobre a Mondelēz International no Brasil**

A Mondelēz International, Inc. (NASDAQ: MDLZ) empodera as pessoas a escolherem snacks do jeito certo em aproximadamente 160 países ao redor do mundo. Com receita líquida de cerca de US\$ 26 bilhões em 2017, a MDLZ está liderando o futuro dos snacks com marcas globais e locais icônicas, como biscoitos Oreo, belVita e LU; Cadbury Dairy Milk, chocolate Milka e Toblerone; Sour Patch Kids e gomas Trident. No Brasil, 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 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](http://www.mondelezinternational.com/br).