**INFORMACJA PRASOWA**

**Warszawa, 13 marca 2018 r.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | **Kontakt:** | **Katarzyna Jung**  Rzecznik Prasowy  Mondelez Polska  Tel. kom.: +48 505 688 940 | |  | E-mail: [katarzyna.jung@mdlz.com](mailto:katarzyna.jung@mdlz.com) | | **Biuro Prasowe:** | **Magda Oleś**  Tel. kom.: +48 665 941 665 | |  | E-mail: [magda.oles@big-picture.pl](mailto:magda.oles@big-picture.pl) | |  |

**Wystartowała kampania promująca nowe gumy Halls**

**Mondelēz International wystartował z kampanią reklamową nowych gum Halls. Produkt dostępny jest w czterech wariantach smakowych, a każdy z nich jest niezwykle orzeźwiający. Kampania realizowana jest w najbardziej popularnych programach telewizyjnych i internecie. Wprowadzeniu produktu do sprzedaży towarzyszą też działania PR oraz silne wsparcie sprzedażowe. Za planowanie i zakup mediów odpowiada Carat Polska. Przygotowaniem spotu i kreacji zajęła się agencja Ogilvy a za polską adaptację kampanijnego filmu odpowiadał IQ Marketing. Działania PR prowadzi agencja Big Picture.**

Nowe gumy Halls przenoszą nas na zupełnie inny poziom odświeżenia – rześkiego, miętowego, soczyście owocowego, momentami lodowatego, a do tego niezwykle długotrwałego.Dostępne są w czterech wariantach smakowych – dwóch miętowych – Peppermint (Mięta Pieprzowa) i Spearmint (Łagodna Mięta) oraz dwóch owocowych i równie orzeźwiających – Watermelon (Arbuz) i Citrus (Cytrusy). Długotrwałe poczucie świeżości   
i smaku dają innowacyjne rozwiązania zastosowane w gumach Halls, m.in. granulki zamknięte  
w środku drażetki czy mentolowa otoczka. Gumy, podobnie jak cukierki Halls, produkowane są w Polsce, w jednej z fabryk Mondelez w Skarbimierzu.

*Doskonale wiemy, jak bardzo Polacy uwielbiają poczucie świeżości! Dzięki niemu jesteśmy odważni, kreatywni i chętni do działania. Od teraz, orzeźwiający smak można zatrzymać na znacznie dłużej, a jest to możliwe dzięki nowym gumom Halls dostępnym w czterech niezwykle orzeźwiających smakach. Nie warto zastanawiać się czy spróbować jednego z wariantów miętowych, czy jednak wybrać któryś z owocowych – każda twórcza chwila odświeżenia jest niezwykle cenna!* ***–* powiedział Daniel Czajkowski, Brand Manager Central Europe marki Halls, Mondelez Polska.**

Kampania reklamowa realizowana jest w najbardziej popularnych programach telewizyjnych w internecie. Wprowadzeniu produktu do sprzedaży towarzyszą też działania PR oraz silne wsparcie sprzedażowe. Za planowanie i zakup mediów odpowiada Carat Polska. Przygotowaniem spotu i kreacji zajęła się agencja Ogilvy a za polską adaptację kampanijnego filmu odpowiadał IQ Marketing. Działania PR prowadzi agencja Big Picture.

*\* \* \**

**Mondelez Polska sp. z o.o.**

Mondelez Polska sp. z o.o. jest wiodącą̨ firmą branży spożywczej w Polsce, od 26 lat obecną na naszym rynku. Zatrudnia blisko 4600 pracowników i **jest liderem na rynku czekolady i ciastek markowych w Polsce\*\***.

Bogata oferta firmy obejmuje znane marki kategorii przekąsek, takie jak: czekolady: *Milka* i *Alpen Gold*, wafelki *Prince Polo*, batony *3BIT,* ciastka: *Milka, OREO, belVita, Petitki, Lubisie, Delicje, San, Łakotki* oraz cukierki i gumy *Halls.*

Mondelez Polska jest częścią rodziny firm Mondelēz International, Inc. Pod zmienioną nazwą (dawniej Kraft Foods) funkcjonuje w Polsce od 2013 r.

**Mondelēz International**

Mondelēz International, Inc. (NASDAQ: MDLZ) jest światowym liderem w kategorii czekolady, ciastek, gum do żucia, i cukierków. Obrót firmy za rok 2016 wyniósł około 26 miliardów USD. Mondelēz International działa w 165 krajach świata i jest właścicielem takich marek, jak, m.in.: ciasteczka *Oreo i belVita*, czekolady *Cadbury i Milka,* czy gumy do żucia *Trident*. Mondelēz International notowany jest: m.in: w indeksach Standard and Poor’s 500, NASDAQ 100 i Dow Jones Sustainability.

Więcej informacji o firmie na www.mondelezinternational.com oraz [www.twitter.com/MDLZ](http://www.twitter.com/MDLZ)

***\**** *Mondelez za Nielsen:*

***Halls Extra Strong*** *osiągnął najwyższy udział równy 7,1% w kategorii Cukierków Odświeżających w okresie grudzień 2016-listopad 2017,*

***Marka Halls*** *zanotowała wzrost w wysokości 10,5% w okresie grudzień 2016 - listopad 2017, oraz 15,3%   
w okresie grudzień 2015-listopad 2016,*

*Wyniki w* ***kategorii gum*** *były stabilne z tendencją spadkową w wysokości -1,4% w okresie wrzesień 2016-sierpnień 2017, oraz -3,3% w okresie wrzesień 2015-sierpień 2016, w stosunku do analogicznych okresów   
w poprzednich latach.*

***Rynek:*** *Cała Polska z Dyskontami (suma rynków: Hipermarkety, Supermarkety bez Dyskontów, Dyskonty metoda paragonowa, Duże sklepy spożywcze z sieciami chemicznymi, Średnie sklepy spożywcze, Małe sklepy spożywcze, Sklepy winno-cukiernicze, Stacje benzynowe). Panel Handlu Detalicznego, sprzedaż wartościowa.*

\*\* *Mondelez za Nielsen:*

***Rynek:*** *Cała Polska z Dyskontami (suma rynków: Hipermarkety, Supermarkety bez Dyskontów, Dyskonty metoda paragonowa, Duże sklepy spożywcze z sieciami chemicznymi, Średnie sklepy spożywcze, Małe sklepy spożywcze, Sklepy winno-cukiernicze, Stacje benzynowe).* ***Panel rynku detalicznego, sprzedaż wartościowa cała Polska, Kwiecień 2016 – Marzec 2017***