

## Mondelēz México y Halls hacen historia con las nuevas

### Halls b:oost

- ***Este lanzamiento es el primer co-branding en la historia de la marca.***
- ***La nueva presentación busca fortalecer el liderazgo de la compañía en el mercado de pastillas refrescantes en México.***
- ***Halls se produce en Puebla, planta de producción de gomas y caramelos más grande del mundo en términos de volumen de producto terminado.***

**Ciudad de México a 10 de octubre de 2019.-** Mondelēz International, líder global de *snacks* con marcas que forman parte de la vida de millones de personas como *Trident*, *Halls*, *Clorets*, *Tang*, Queso crema *Philadelphia* y *OREO*, anunció el lanzamiento de su nueva variedad : Halls b:oost. Las nuevas Halls b:oost son la mezcla perfecta entre el mentol de Halls y el sabor de b:oost y se incorporan al portafolio de sabores de Halls, como el primer co-branding en la historia de la icónica marca.

Este lanzamiento forma parte del nuevo propósito de la compañía de liderar el futuro de los *snacks* a través de ofrecer a los consumidores el *snack* correcto, en el momento correcto, hecho de la forma correcta, una misión que contempla crear productos innovadores que se identifiquen con el consumidor actual.

Halls b:oost es un proyecto de co-branding entre tres empresas líderes en México: Mondelez México, productor de la marca Halls, José Cuervo, dueño de la marca b:oost y Jumex, distribuidor de b:oost. Dichas empresas invirtieron más de 1500 horas de desarrollo y un arduo trabajo colaborativo para lanzar este innovador producto que une dos marcas preferidas por los consumidores mexicanos.

De acuerdo con un reporte de Statista en el país, alrededor del 31 % de los mexicanos utiliza su tiempo libre para ir a fiestas o reunirse con amigos y familiares. En este sentido, el lanzamiento de Halls b:oost busca reforzar la identidad de marca que distingue a Halls, a través de un producto capaz de darle a las personas un respiro y activarlos en cualquier momento de su día a través de una nueva ocasión de consumo para transitar de lo profesional a lo personal; de la rutina, a la vida después del trabajo.

“Halls b:oost es un paso más que damos para marcar tendencia e innovar a través de productos que hagan *click* con nuestros consumidores mexicanos a partir de la ocasión de consumo del *After Office*. Sabemos muy bien que hoy la vida es cada vez más acelerada, por lo que las personas buscan marcas que sean capaces de acompañarlos en todos los momentos importantes de su día, un reto que enfrentamos a través de lanzamientos y sabores con una identidad clara, como este co-branding”, señaló Luis Lazcano, Director de Confitería para Mondelēz México.



La presentación oficial de Halls b:oost y su campaña “El Poder de un Respiro” se hizo en una fiesta de lanzamiento en la que se contó con la presencia de personalidades como el comediante ‘El Capi’ Pérez y el DJ Pedro Sola.

Con más de 125 años de historia a nivel global, Halls ha sido la pastilla refrescante favorita de muchas generaciones de mexicanos desde 1969, fecha de su llegada al país con su sabor original. Desde entonces, la marca ha innovado a través del desarrollo de empaques, presentaciones y sabores únicos como Halls Extra Strong y Halls Silvermint, las variedades con los niveles de mayor frescura en el portafolio de Halls.

Halls b:oost complementa el portafolio de gomas y caramelos de Mondelēz México, que produce en su planta de Puebla – la más grande del mundo en términos de volumen de producto terminado – más de 70 mil toneladas al año.

Con 17 trimestres de crecimiento consecutivo, Mondelēz México es el segundo impulsor de negocio para la empresa en la región de Latinoamérica, donde la innovación a través del desarrollo de nuevos formatos, modelos y categorías, es una pieza clave de su estrategia de negocio para reflejar que Mondelēz se escribe con M de México.

#### **Acerca de Mondelēz International**

Mondelēz International, Inc. (NASDAQ: MDLZ) empodera a las personas a disfrutar snacks de la manera correcta en más de 150 países alrededor del mundo. Con ingresos netos de aproximadamente 26 mil millones de dólares en 2018, MDLZ está liderando el futuro del *snacking* con marcas icónicas globales y locales como Oreo, Belvita, Cadbury Dairy Milka, Toblerone y Trident. Mondelēz International es orgulloso miembro de los índices bursátiles Standard & Poor’s 500, NASDAQ 100 y del Dow Jones Sustainability Index. Por favor visite [www.mondelezinternational.com](http://www.mondelezinternational.com) o siga a la compañía en Twitter en [www.twitter.com/MDLZ](https://twitter.com/MDLZ).