|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Kontakt:** | **Katarzyna Jung**Kierownik ds. Komunikacji, Polska i kraje bałtyckietel. +48 505 688 940e-mail: katarzyna.jung@mdlz.com | **Karolina Pękalska**Biuro PrasoweMondelez Polska tel. +48 789 023 091 e-mail: karolina.pekalska@big-picture.pl |

**Jeszcze bogatsze doświadczenia smakowe z naszą nową najdelikatniejszą czekoladą Milka Delicate Dark**

**Warszawa, 26 sierpnia, 2021 – Po wprowadzeniu na rynek Milki Darkmilk dwa lata temu, miłośnicy czekolady będą teraz mogli cieszyć się jeszcze bogatszymi doznaniami smakowymi, dzięki nowej odsłonie czekolady Milka Delicate Dark. Nowa receptura to połączenie intensywniejszego, czekoladowego smaku z delikatnością alpejskiego mleka. Delicate Dark dostępna jest na rynku w trzech kuszących wersjach smakowych. Obok klasycznej ciemnej czekolady, do wyboru jest także jej wersja z kawałkami migdałów oraz z solonym karmelem.**

Po sukcesie Milki Darkmilk czekoladnicy marki nie spoczęli na laurach. Od razu zabrali się do udoskonalania swojego przepisu i poświęcili więcej czasu na to, by uczynić go jeszcze lepszym. W rezultacie powstała najdelikatniejsza ciemna czekolada z oferty Mondelēz International. Idealnie wyważona i wyrafinowana kompozycja zapewni konsumentom bogatsze i intensywniejsze wrażenia smakowe. W odmienionej recepturze wykorzystano najwyższej jakości składniki, które w połączeniu z innowacyjnymi technologiami produkcyjnymi, gwarantują, że czekolada delikatnie rozpływa się w ustach. Działaniom marki towarzyszy odświeżenie brandingu i opakowania.

W ramach kampanii marka nawiązała współpracę z Anną Augustynowicz “Augustynką” – graficzką, ilustratorką i artystką, która zainspirowana delikatnością oraz smakiem czekolady Milka Delicate Dark stworzyła specjalny kolaż obrazujący jej odczucia.

*Lekkość oraz delikatność to hasła, które wyznaczyły drogę mojego procesu kreatywnego. Są to kluczowe słowa, które składają się na kompozycję zarówno kolażu jak i Milki Delicate Dark. Stworzony przeze mnie kolaż miał być kwintesencją najnowszej czekolady Milka, zatem podczas kreacji skupiłam się głównie na zobrazowaniu delikatności w czekoladzie, ale również delikatności emocjonalnej, międzyludzkiej. Główną inspiracją przy jego tworzeniu było złączenie się dwóch rodzajów - czekolady mlecznej oraz ciemnej.* – mówi Ania Augustynowicz „Augustynka”.

Milka Delicate Dark nie jest jedynie kolejną wersją smakową znanych dotychczas tabliczek Milka, ale stanowi niezależną̨ linię produktową czekolad Milka, będącą uzupełnieniem standardowego portfolio.

\*\*\*

**Mondelez Polska**

Mondelez Polska jest wiodącą̨ firmą branży spożywczej w Polsce, od 29 lat obecną na naszym rynku. Zatrudnia blisko 4600 pracowników i jest liderem na rynku czekolady i ciastek markowych
w Polsce[[1]](#footnote-1). 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 globalnym liderem w kategorii czekolady, ciastek, gum do żucia i cukierków. MDLZ z przychodami w wysokości około 27 miliardów USD netto, zachęca ludzi w 150 krajach na całym świecie do spożywania przekąsek w sposób odpowiedzialny. Jako właściciel kultowych marek takich jak: ciastka Oreo, belVita i LU; czekolady Cadbury Dairy Milk, Milka i Toblerone; cukierki Sour Patch Kids oraz guma do żucia Trident, MDLZ odgrywa kluczową rolę w kształtowaniu rynku przekąsek na świecie. Mondelēz International jest członkiem Standard and Poor's 500, Nasdaq 100 i Dow Jones Sustainability Index. Więcej informacji jest dostępnych na stronie [www.mondelezinternational.com](http://www.mondelezinternational.com) oraz profilu firmy na Twitterze [www.twitter.com/MDLZ](http://www.twitter.com/MDLZ)

****

1. *Mondelez za NielsenIQ: Panel Handlu Detalicznego; Cała Polska z Dyskontami (Food); Udziały w sprzedaży wartościowej w okresie IV 2020 - III 2021 w Kategorii Produktów Czekoladowych (suma Tabliczek, Pralin i Batonów, z wyłączeniem Batonów Chłodzonych) oraz w Kategorii Słodkich Wypieków (suma Ciastek Paczkowanych oraz Miękkich Ciastek o wadze do 75g).* [↑](#footnote-ref-1)