****

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Kontakt:** | **Katarzyna Jung** Kierownik ds. Komunikacji, Polska i kraje bałtyckie  tel. +48 505 688 940e-mail: [katarzyna.jung@mdlz.com](mailto:katarzyna.jung@mdlz.com) | **Karolina Pękalska** Biuro Prasowe Mondelez Polska  tel. +48 789 023 091 e-mail: [karolina.pekalska@big-picture.pl](mailto:karolina.pekalska@big-picture.pl) |

**Ruszyła czwarta odsłona długofalowej kampanii „Milka. Sercem z Naszymi”**

Warszawa, 7 grudnia 2021 – Milka, będąca oficjalnym sponsorem Polskiej Kadry Narodowej   
w Skokach Narciarskich, ponownie zachęca do wspólnego kibicowania. W ramach czwartej już odsłony kampanii, realizowanej pod hasłem „Milka. Sercem z Naszymi”, marka zagrzewa Polaków do głośnego dopingu. Tegoroczna kampania 360° obejmuje m.in. wsparcie w TV i digitalu, niestandardową współpracę z wieloma partnerami handlowymi oraz ogólnopolską loterię.

**Od 4 lat Sercem z Naszymi**

Milka, oficjalny sponsor Polskiej Reprezentacji Skoczków Narciarskich, po raz czwarty zachęca wszystkich fanów sportów zimowych do kibicowania ukochanym zawodnikom. Osią tegorocznej kampanii jest bliskość, dlatego marka gorąco zagrzewa do bycia Sercem z Naszymi. W ramach trwającej długofalowej kampanii Milka startuje również z wyjątkową akcją, dedykowaną konsumentom z całej Polski.

**Wsparcie 360 stopni w ramach kampanii „Milka. Sercem z Naszymi”**

Kampania wystartowała wraz z rozpoczęciem sezonu skoków narciarskich 2021/2022 i obejmuje wsparcie mediowe, sprzedażowe i PR-owe.

Przez cały sezon, w trakcie wszystkich transmisji z konkursów, w Telewizji TVN i TVP będzie można zobaczyć billboard sponsorski Milka. Marka zaplanowała także mocne wsparcie w digitalu. Z kolei za sprawą materiałów POSM w całej Polsce zaplanowano specjalne akcje sprzedażowe. Ponadto od 1 lutego wystartuje loteria, w której będzie można wygrać nagrody pieniężne. Więcej informacji już wkrótce będzie można znaleźć na stronie [www.loteriamilka.pl](http://www.loteriamilka.pl).

Za operacyjne zarządzanie kampanią oraz działania eventowe odpowiada agencja Event Factory, za kreacje kampanii – agencja Ogilvy. Strategią i zakupem mediów zajął się dom mediowy Mindshire. Za obsługę loterii oraz przygotowanie materiałów graficznych odpowiada Ad Value. Działania PR prowadzi agencja Big Picture.

**Milka od ponad 25 lat z narciarzami i skoczkami**

Milka, której korzenie sięgają alpejskich stoków, od ponad 25 lat wspiera sporty zimowe na świecie. W 1995 roku marka po raz pierwszy została sponsorem sportów zimowych, pojawiając się z fioletową krową Lilą na stoku w Lienz w Austrii. Od tego momentu towarzyszy sportowcom podczas setek zawodów Pucharu Świata czy Mistrzostw Świata.

W świat skoków narciarskich Milka wkroczyła jako sponsor Martina Schmitt’a – partnerstwo to zaczęło się podczas Pucharu Świata FIS w 1999 roku i trwało przeszło 17 lat! Ponadto, Milka była także dwukrotnie głównym sponsorem prestiżowego Turnieju Czterech Skoczni. Od 2014 do 2017 r. ambasadorem marki w skokach narciarskich był Andreas Wellinger.



Milka Alpine Milk 100g, rekomendowana cena: 4,49 zł

**\* \* \***

**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]](applewebdata://9D65CD4D-D394-4DFC-A904-0C81B602CA7E" \l "_ftn1" \o ")[[1]](#endnote-1). Bogata oferta firmy obejmuje znane marki kategorii przekąsek, takie jak: czekolady *Milka, Toblerone* i *Alpen Gold*, wafelki *Prince Polo*, batony *3BIT*, ciastka *Milka*, *OREO*, *belVit*a, *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. Firma 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,*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. *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).* [↑](#endnote-ref-1)