****

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Kontakt:** | **Agnieszka Kępińska** Rzecznik Prasowy Dyrektor ds. Komunikacji i Relacji Zewnętrznych CE, PL&BLT tel. +48 691 980 143e-mail: akepinska@mdlz.com | **Joanna Kulig** Biuro Prasowe Mondelez Polska  tel. +48 789 023 074  e-mail: [joanna.kulig@big-picture.pl](mailto:joanna.kulig@big-picture.pl) |

**Nowe kaski dla młodych skoczków od Milki**

WARSZAWA, 18 lutego, 2019 – Milka dołączając w tym sezonie do grona sponsorów Polskiej Reprezentacji Skoczków Narciarskich, wspiera także przyszłych mistrzów skoczni. W tym celu,   
w ramach Projektu Wspierania Młodych Skoczków, przygotowanego we współpracy z PZN, marka przekazała kaski narciarskie polskim klubom sportowym. Ceremonia przekazania sprzętu miała miejsce w ten weekend w Szczyrku.

**Projekt Wspierania Młodych Skoczków**

Celem Projektu Wspierania Młodych Skoczków jest rozwój dyscypliny sportowej jaką są skoki narciarskie w Polsce. Z tej okazji, marka Milka zaplanowała szereg inicjatyw. Jedną z nich jest przekazanie klubom sportowym nowych kasków odpowiednich dla młodych skoczków. Ceremonia wręczenia sprzętu miała miejsce w niedzielę 17.02 na stoku w Szczyrku.   
Na wydarzeniu obecni byli m.in. Sekretarz Generalny PZN, prezesi i trenerzy z lokalnych szkół sportowych oraz młodzi skoczkowie.

*‘’Kadra A to zawodnicy, którzy obecnie znajdują u szczytu swojej kariery. Od lat budujemy także zaplecze, które zastąpi obecne gwiazdy. Uczestnicząc w wielu konkursach skoków narciarskich, widzę rodzące się „diamenty”, które mogą powtórzyć sukcesy naszej obecnej kadry. Mając to na uwadze, jeszcze bardziej cieszę się ze współpracy z takimi partnerami jak Milka, którzy dbają   
o poprawę warunków do rozwoju naszych młodych skoczków”* – mówi **Apoloniusz Tajner**, Prezes Polskiego Związku Narciarskiego.

*„Cieszę się, że pojawiają się tacy partnerzy jak Milka, którzy chcą wspierać nie tylko Reprezentację Polskich Skoczków Narciarskich, ale i młodych sportowców. Poprawa warunków treningowych jest bardzo ważna w dalszym rozwoju przyszłych gwiazd skoczni”* – mówi **Jarosław Węgrzynkiewicz**, trener młodych skoczków w klubie sportowym „Sokół Szczyrk”.

**Więcej niż sponsoring**

Milka, dostrzegła wyzwania z jakimi mierzyli się w przeszłości skoczkowie Reprezentacji,   
a obecnie również młodzi sportowcy trenujący w lokalnych klubach, które wyłonią przyszłe gwiazdy skoczni. Marka zdecydowała się więc na krok wyjątkowy: rozszerzenie klasycznego sponsoringu Kadry A o dodatkowy fundusz dedykowany potrzebom najmłodszych skoczków.   
W tym celu, wraz z rozpoczęciem sezonu skoków narciarskich 2018/2019, wystartowała ze swoim Projektem Wspierania Młodych Skoczków, przygotowanym we współpracy z PZN. W odpowiedzi na najważniejsze wyzwania przed jakimi stoją młodzi adepci skoków narciarskich, Milka postanowiła przekazać klubom dopasowane do potrzeb młodych skoczków kaski narciarskie oraz zapewnić im dostęp do profesjonalnych sesji fizjoterapeutycznych. Marka myśli o zainicjowanym projekcie w wymiarze długofalowym, dlatego postanowiła sfinansować także szkolenia dla trenerów młodych skoczków.

**Sercem z Naszymi**

Milka, stworzona z najdelikatniejszego alpejskiego mleka, od niemal 25 lat wspiera gwiazdy sportów zimowych, w tym narciarzy. W tym sezonie marka rozpoczęła strategiczną współpracę z Polskim Związkiem Narciarskim - jako oficjalny sponsor Polskiej Reprezentacji Skoczków Narciarskich Kadry A. Z tej okazji pod hasłem „Milka. Sercem z Naszymi” ruszyła ogólnopolska kampania, mająca na celu przybliżyć polskim kibicom naszych ukochanych sportowców oraz dzielić z nimi emocje towarzyszące zawodom.

**\* \* \***

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

Mondelez Polska sp. z o.o. jest wiodącą̨ firmą branży spożywczej w Polsce, od 27 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*, *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. MDLZ z przychodami w wysokości około 26 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,* MDLZodgrywa 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 uzyskał udział równy 19.9% w Kategorii Produktów Czekoladowych (suma Tabliczek, Pralin, Batonów i Wafli Oblewanych Czekoladą), oraz 18.3% w Kategorii Słodkich Wypieków (włączając Miękkie Ciastka o wadze do 75g, wyłączając Impulsowe Wafle Nieoblewane Czekoladą); Rynek: Cała Polska (suma rynków: Hipermarkety, Supermarkety bez Dyskontów, Dyskonty, Duże sklepy spożywcze z sieciami chemicznymi, Średnie sklepy spożywcze, Małe sklepy spożywcze, Sklepy winno-cukiernicze, Stacje benzynowe).

   Źródło: Nielsen, Panel Handlu Detalicznego, sprzedaż wartościowa, okres lipiec 2017 - czerwiec 2018. [↑](#footnote-ref-1)