****

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Kontakt:** | **Agnieszka Kępińska**Rzecznik PrasowyDyrektor ds. Komunikacji i Relacji Zewnętrznych CE, PL&BLTtel. +48 691 980 143e-mail: akepinska@mdlz.com | **Joanna Kulig**Biuro PrasoweMondelez Polska tel. +48 789 023 074 e-mail: joanna.kulig@big-picture.pl |

**„Skocz po Milka do Tesco”
- konkurs konsumencki w ramach kampanii**

**„Milka. Sercem z Naszymi”**

WARSZAWA, 08 lutego, 2019 – W ramach trwającej kampanii „Milka. Sercem z Naszymi” marka Milka przygotowała kolejny konkurs skierowany do konsumentów. Do wygrania są plecaki wypełnione słodyczami oraz rodzinny wyjazd na Finał Pucharu Świata w Planicy. Konkurs jest prowadzony na terenie całej Polski we wszystkich sklepach sieci Tesco.

**Pokaż radość wspólnego kibicowania**

W nowej kampanii „Milka. Sercem z naszymi” marka zachęca Polaków swoimi aktywnościami do wspólnego kibicowania, przeżywania radości z sukcesów i okazywania ducha sportowej rywalizacji podczas skoków naszych reprezentantów. W ramach rozpoczętego
30 stycznia 2019 r. i trwającego do 26 lutego 2019 r. konkursu konsumenckiego w sieci Tesco, Milka daje możliwość wygrania rodzinnego wyjazdu na Finał Pucharu Świata do Planicy!

Ponadto, codziennie w puli nagród znajdują się fioletowe plecaki wypełnione słodyczami.

Aby zostać uczestnikiem konkursu wystarczy kupić dowolny produkt Milka, zarejestrować udział w konkursie na stronie [*www.kibicujzmilka.pl*](http://www.kibicujzmilka.pl) oraz przesłać zdjęcie swojej rodziny lub znajomych jak kibicujecie naszym skoczkom.

Konkurs trwa od 30 stycznia 2019 r. do 26 lutego 2019 r i jest prowadzony na terenie całej Polski we wszystkich sklepach sieci Tesco. Regulamin konkursu jest dostępny na stronie: *www.kibicujzmilka.pl.*

**Sercem z Naszymi**

Milka, stworzona z najdelikatniejszego alpejskiego mleka, od zawsze wspierała narciarzy. Tak jak Polacy, dla których skoki narciarskie są ulubionym zimowym sportem. Marka w tym sezonie 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.

Za strategię kampanii, kreację oraz działania eventowe odpowiada agencja event-factory,
za zakup mediów Mindshare, działania PR koordynuje agencja Big Picture, a działania digitalowe – agencja Carla Zuri. Materiały POS przygotowała firma Hasselford.

**\* \* \***

**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 USD netto, zachęca ludzi w 160 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)