****

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | **Kontakt:** | Gabriela Bechynská | |  | +420 775 038 045 | |  | corporateaffairsczsk@mdlz.com | | Michaela Šimková, Native PR  + 420 602 212 093  michaela.simkova@nativepr.cz |

**Milka oživuje zapomenutou tradici Vajíčkobraní**

* **Oblíbená jemná čokoláda Milka vybízí v letošní kampani spotřebitele k hravému pojetí Velikonoc se znovuobjevenou tradicí hledání vajíček**

## Na speciálním webu nabízí tipy na uspořádání vajíčkobraní a návody ke stažení

## Myšlenku hravé tradice podpoří influencerská rodina Thesikls

Praha 1. dubna 2019 – Oblíbená značka čokoládových pochoutek Milka znovuobjevuje v letošní velikonoční kampani v našich krajích tak trochu zapomenutou tradici vajíčkobraní. Na webových stránkách [vajickobrani.cz](http://www.vajickobrani.cz/) oživuje zajíčka, který přináší dětem velikonoční vajíčka a další pamlsky, a řadou kreativních tipů a návodů nabádá širokou veřejnost k uspořádání této jemné a hravé tradice. Součástí kampaně je video vycházející z loňského TV spotu s tématikou vajíčkobraní. To se od 25. března objevuje v televizi a na Youtube, později se s ním setká veřejnost i na Instagramu a Facebooku. Součástí kampaně bude i soutěž o velikonoční produkty Milka. Ideu této hravé tradice podpoří i influenceři, v Čechách to bude mladá cestovatelská rodina Šiklových, která na instragramu zveřejňuje své příspěvky pod účtem Thesikls.

„Zvyk v podobě hledání velikonočních vajíček má v našem regionu kořeny sahající až do 16. století. V průběhu let byl poněkud upozaděn na úkor pomlázkování a dalších tradic. Jde přitom o hravou zábavu, která je vhodná i pro malé děti a která dokáže spojit generace, vytáhnout je ven do přírody, do parku, lesa nebo na zahradu, kde se vajíčkobraní nejčastěji odehrává,“ říká Lucie Hasincová, manažerka značky Milka. „Vajíčkobraní, stejně jako značka Milka, v sobě spojují tradici a jemnost. Proto jsme se rozhodli pro naše spotřebitele tento zvyk oprášit a kampaní se je snažíme přimět k tomu, aby ho přijali za svůj, a rozšířili o vajíčkobraní své rodinné tradice,“ doplňuje Hasincová.

S kampaní Vajíčkobraní se bude veřejnost setkávat v digitálním prostředí od 25. března do Velikonoc. Její součástí je video na téma vajíčkobraní, banerová podpora, posty na sociálních sítích a soutěž o produkty Milka. Klíčovým nástrojem kampaně je webová stránka vajickobrani.cz, kde návštěvníci najdou nejen informaci o historii této tradice, ale především řadu hravých tipů a nápadů na uspořádání vajíčkobraní pro malé koledníky, které jsou ke stažení a volnému použití. Součástí kampaně je i PR podpora.

Za konceptem kampaně pro Česko, Slovensko a Maďarsko stojí agentura Outbreak. Ta také zastřešuje realizaci v Čechách a na Slovensku. PR podpora jde za agenturou Native PR. V Maďarsku realizuje kampaň agentura HPS.

Video ke kampani je ke zhlédnutí zde: <https://youtu.be/BiKi4v5vlq4>

Tiskové zprávy společnosti Mondelēz International v České republice a na Slovensku jsou k dispozici zde: <http://www.mynewsdesk.com/cz/mondelez-cz-sk>.

**O společnosti Mondelēz Czech Republic**

Společnost Mondelēz Czech Republic s.r.o. je součástí skupiny společností Mondelēz International, která je předním světovým výrobcem cukrovinek a pečených produktů. Skupina v současné době zaměstnává více než 80 tisíc zaměstnanců a své výrobky prodává ve 150 zemích světa. Mezi její nejznámější značky patří čokoláda Milka a Cadbury, sušenky Oreo a LU nebo žvýkačky Trident. Do portfolia produktů na českém a slovenském trhu patří značky BeBe Dobré ráno, Opavia, Brumík, Fidorka, Figaro, Halls, Kolonáda, Miňonky či TUC. Mondelēz International je v České republice a na Slovensku jedničkou ve výrobě cukrovinek a pečených produktů. Ve čtyřech továrnách, dvou obchodních jednotkách a centru sdílených služeb zaměstnává téměř 2,5 tisíce lidí. Obchodní zastoupení firmy zde prodává 500 produktů pod 16 značkami.

Více na [www.mondelezinternational.com](http://www.mondelezinternational.com), [www.facebook.com/mondelezinternational](http://www.facebook.com/mondelezinternational) a [www.twitter.com/MDLZ](http://www.twitter.com/MDLZ)