****

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|

|  |  |
| --- | --- |
| **Kontakt:** | Gabriela Bechynská |
|  | +420 775 038 045 |
|  | corporateaffairsczsk@mdlz.com |

 | Michaela Šimková, Native PR+ 420 602 212 093michaela.simkova@nativepr.cz |

**Milka zpívá pro neslyšící**

* **Nová vánoční kampaň známé značky čokolád a sušenek nás vyzývá, abychom vyjádřili vděk těm, kteří to nečekají.**

4. prosince 2019 – Milka letos představila novou vánoční reklamní kampaň, jejíž příběh je zasazen do alpské školy v předvánočním čase. Zatímco se dětský sbor chystá na vystoupení, správce místního divadla, který připravuje dekorace, způsobí hluk a teprve po chvilce si uvědomí, že tím pravděpodobně vyrušil pěveckou zkoušku. Posunky se omluví, přičemž pouze vnímavá dvanáctiletá sboristka pochopí, že je vyrušil proto, že neslyší a hovoří pouze znakovým jazykem. V den vystoupení mu za jeho pomoc poděkuje dárkem v podobě čokoládové figurky. Zároveň ho překvapí tím, že své pěvecké sólo předvede ve znakovém jazyce, aby i on porozuměl obsahu sboristy prezentované písně a aby sama ocenila jeho pomoc s přípravou vánočního vystoupení. Kampaň s názvem „Daruj tomu, kdo to nečeká“ připravila agentura Wieden+Kennedy Amsterdam. Na její přípravě spolupracovala s Evropskou unií neslyšících. Díky pomoci této organizace roli správce obsadil neslyšící herec.

„Vánoce jsou o emocích a příběh o spontánním a nezištném vyjádření vděku za přispění k tomu, aby se vydařily, do atmosféry tohoto svátku zapadá,“ říká Kristýna Vlasáková, manažerka značky Milka s tím, že sympatie a pomoc neslyšícím se následně promítly do lokálních kampaní v evropských zemích, ve kterých je reklama také nasazena. „Na českém trhu jsme darovali České unii neslyšících finanční příspěvek ve výši sto tisíc korun. Pro veřejnost jsme pak také připravili krátké edukační video, podle kterého se lze naučit, jak ve znakovém jazyce popřát krásné Vánoce a šťastný nový rok,“ dodává Vlasáková.

Klíčovým prvkem kampaně je 30vteřinový spot s písní zpívanou pěveckým sborem. Vánoční píseň Milky „You've got the love“ je k dispozici také na Spotify. Kromě televizního spotu je součástí kampaně i aktivace na sociálních sítích nebo v prodejnách, která podněcuje k tomu, abychom nezapomínali a obdarovali ty, kteří to nečekají.

Video ke kampani je ke zhlédnutí zde: <https://www.youtube.com/watch?v=W0sL9XeHecE>.

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

**O společnosti Mondelez Czech Republic**

Společnost Mondelez 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)