****

tisková zpráva

**Milka hledá „jemnost uvnitř”**

**Praha 20. dubna 2016** **– Značka Milka, přichází s novou komunikací, kterou vystihuje nový slogan „Jemnost najdeš uvnitř“. Ten má zvýraznit skutečnost, že jemnost se skrývá uvnitř každého člověka a i v samotném produktu. Nový slogan bude představený společně s globální kampaní a dvěma novými TV spoty. Obě televizní reklamy pochází z dílny agentury Wieden + Kennedy Amsterdam, která je zodpovědná za celou kreativní strategii značky. PR část kampaně zastřešuje agentura PR Konektor.**

**Zpátky do hor…**

S novým sloganem se Milka zaměřuje na své základní poslání, její klíčové hodnoty a vrací se zpátky ke kořenům. „Naším cílem je zdůraznit unikátní kvalitu jemných čokolád z alpského mléka,“ vysvětluje strategii značky Markéta Kristlová, senior brand manažerka značky Milka. „S pomocí claimu chceme současně šířit, ještě více než kdy dřív, povědomí o tom, že Milka nás inspiruje, abychom odhalili svou jemnou stránku,“ dodává Markéta Kristlová. Nová kampaň ukazuje spojení mezi jemně se rozpouštějící čokoládou Milka a opravdovými momenty mezilidské jemnosti svým vlastním osobitým milým a úsměvným způsobem

Nová globální kampaň Milky začíná na jaře dvěma novými televizními spoty inspirovanými alpskými tradicemi. V  první reklamě vystupuje „silák“, který v sobě postupně odhaluje svou jemnou stránku. Děj spotu se odehrává v pohádkové alpské vesnici Lilaberg, která v sobě nese alpské dědictví značky Milka. Reklama v sobě kombinuje kouzelný příběh malého chlapce, který získá potřebné sebevědomí díky silákovi. V ústředním motivu vystupuje Milka čokoláda, která sbližuje lidi všech věkových kategorií. Reklama nese poselství, že přesně jako před 115 lety, i dnes pochází mléko, které se používá pro výrobu čokolády Milka, výhradně z Alp.

Nový televizní spot komunikuje hodnoty, které Milka ztělesňuje, patří k nim jednoduchost, originalita a autentičnost. Spoty se „silákem“ poběží v České republice od 18. dubna do 5. června.

Prostředí pohádkové alpské vesnice Lilaberg se kromě reklamy se silákem objeví také v dalších reklamách, například ve spotech na Milka sušenky. Tentokrát se v hlavní roli objeví malá holčička, která vybírá s maminkou vhodnou dózu na sušenky. Nejvíce jí padne do oka ta, která vypadá podobně, jako její dědeček, dobrosrdečný rakouský rodák. Společně s ním si pak sušenky náležitě vychutnají. Dvacetisekundová verze tohoto spotu běží v ČR od 28. března do 24. dubna 2016.

**Integrovaný aktivační program podpoří globální kampaň**

Hlavní důraz celé aktivace bude kladen na digitál, PR a sociální média. Milka vyzve své fanoušky, aby prostřednictvím aplikace sdíleli svá videa a fotografie, ve kterých ukázují svoji jemnou stránku. Příběhy plné jemnosti od uživatelů a celebrit jako je například Onřej Sokol, Celeste Buckingham a Leoš Mareš bude značka sdílet nejen na Facebooku a Instagramu, ale i na Snapchatu, který v kampaních nově využívá. Všechny příběhy a exkluzivní bonusy budou od 18. 4. 2016 dostupné také na microsite [www.jemnostnajdesuvnitr.cz](http://www.jemnostnajdesuvnitr.cz) .

Aktivaci nového claimu podpoří Milka v České republice také prostřednictvím soutěže Šéfík internetu, která je zaměřená na novodobý fenomén českého youtuberství. V médiích se tak objeví rozhovory se známými osobnostmi českého Youtube.

**Jemnost propluje i českými městy**

Během letních měsíců se na Vltavě a Labi objeví originální fialová Milka loď, ve které se návštěvníci budou moci projet, ochutnat unikátní čokoládovo – mléčný koktejl Milka Oreo a sdílet ty nejemnější zážitky prostřednictvím Facebooku.

Vice informací o aktualitách najdete na [www.jemnostnajdesuvnitr.cz](http://www.jemnostnajdesuvnitr.cz)