|  |  |
| --- | --- |
| **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 074e-mail: joanna.kulig@big-picture.pl

**Milka nowym sponsorem Polskiej Reprezentacji Skoczków Narciarskich**

**„Sercem z naszymi”!**

Wisła, 17.11.2018 r. - Milka, kultowa marka czekolady, od 25 lat zaangażowana we wspieranie sportów zimowych na świecie, rozpoczyna strategiczną współpracę z Polskim Związkiem Narciarskim - jako oficjalny sponsor Polskiej Reprezentacji Skoczków Narciarskich Kadry A. Pod hasłem „Sercem z naszymi” rusza szereg aktywności marki, które pozwolą polskim kibicom być jeszcze bliżej sportowców i dzielić z nimi emocje towarzyszące zawodom.   
W Polsce, gdzie skoki narciarskie są sportem narodowym, zaangażowanie będzie miało szczególny wymiar. Dlatego ważnym elementem partnerstwa Milki i PZN jest uruchomiony długofalowy Projekt Wspierania Młodych Skoczków - Milka przekaże dodatkowe środki na wspieranie najmłodszych adeptów sportu, naszych przyszłych mistrzów.

**Sercem z naszymi!**

Milka, stworzona z najdelikatniejszego alpejskiego mleka, od zawsze wspierała narciarzy.   
To tak jak Polacy, dla których skoki narciarskie są ulubionym zimowym sportem.

„Od niemal 25 lat wspieramy gwiazdy sportów zimowych w ich przygotowaniach oraz treningach do największych międzynarodowych zawodów. Do grona tych wybitnych sportowców w tym roku dołączają skoczkowie polskiej kadry, z którymi łączą nas wspólne wartości – autentyczność, pasja do sportu, wzajemne wsparcie oraz duch zespołu i wiara   
w zwycięstwo. Jesteśmy bardzo szczęśliwi, bo w Polsce, kraju mistrzów tej dyscypliny, takich jak Adam Małysz i Kamil Stoch, to partnerstwo ma szczególne znaczenie. **Dla nas to znacznie więcej niż sponsoring – jak wszyscy Polacy, jesteśmy przecież co sezon całym SERCEM Z NASZYMI**. Zależało nam, by ta współpraca miała charakter wyjątkowy. Dlatego wspieramy

nie tylko dorosłą Kadrę, ale też startujemy z inicjatywą wychodzącą daleko   
w przyszłość: długofalowym Projektem Wspierania Młodych Skoczków, przygotowanym we

współpracy z PZN. Wspólnie dołożymy starań, by rozwijać skrzydła naszym przyszłym mistrzom. Tak, by nie tylko dziś, ale i za 10 czy 20 lat Polskę porywała fala wyjątkowych emocji kibicowania i dumy” – mówi Janusz Idczak, Prezes Mondelez Polska.

Środki przekazane przez markę w ramach oficjalnego sponsoringu zostaną wykorzystane m.in. na zapewnienie kadrze jak najlepszego, zaawansowanego technologicznie sprzętu,   
w tym np. przeprowadzenie testów nowych kombinezonów, butów czy zapięć dla skoczków polskiej Kadry A.

**Z alpejskiego mleka…**

**Milka od 25 lat z narciarzami i skoczkami.**

Milka, której korzenie sięgają alpejskich stoków, od zawsze związana jest z górami.   
Dlatego **od niemal 25 lat wspiera gwiazdy sportów zimowych w ich przygotowaniach oraz treningach do największych międzynarodowych zawodów**. Swoją aktywność jako sponsor sportów zimowych Milka rozpoczęła dokładnie w roku 1995, wraz z pierwszą obecnością fioletowej krowy Milka na stoku w Lienz w Austrii. Od tego momentu marka towarzyszyła sportowcom podczas setek zawodów Pucharu Świata czy Mistrzostw Świata.   
W świat skoków narciarskich Milka wkroczyła jako sponsor Martina Schmitt’a - partnerstwo to zaczęło się podczas Pucharu Świata FIS w 1999 roku i trwało przeszło 17 lat! Ponadto, Milka była także dwukrotnie głównym sponsorem prestiżowego Turnieju Czterech Skoczni. Od 2014 do 2017 r. ambasadorem marki w skokach narciarskich był Andreas Wellinger.

Kluczowym elementem decyzji o wsparciu poszczególnych sportowców jest zawsze zgodność z wartościami ważnymi dla samej marki, takimi jak autentyczność, delikatność, dobro, zapał do życia oraz miłość do natury. Marka wielokrotnie wspierała na świecie wybitnych skoczków w ich indywidualnych aktywnościach. Jednak tym razem, na polskim rynku, uznano, że najważniejsza jest drużyna! Polska Kadra Skoczków wielokrotnie pokazała prawdziwego ducha drużyny. Dlatego Milka postanowiła wesprzeć cały zespół. W nadchodzącym sezonie 2018/2019 Milka, oprócz Polskiej Kadry Skoczków Narciarskich, wspiera aż sześć narciarek alpejskich: Anna Veith (Austria), Michaela Kirchgasser (Austria), Tessa Worley (Francja), Tina Maze (Słowenia), Ilka Štuhec (Słowenia), Ester Ledecká (Czechy).

**Projekt Wspierania Młodych Skoczków**

Planując zaangażowanie w sponsoring Polskiej Reprezentacji Skoczków Narciarskich, zespół marki Milka chciał dobrze zrozumieć potrzeby PZN i sportowców – tak, by jak najlepiej wesprzeć reprezentację. Okazało się, że obok potrzeb dorosłej kadry, wśród wyzwań wielokrotnie pojawiał się wątek trudnej drogi mistrzów, jaką sami pokonali na szczyt i ich troska o rozwój najmłodszych adeptów dyscypliny. Polscy skoczkowie, w większości bardzo skromni, pomimo osiąganych sukcesów, pamiętają o zawodnikach i zawodniczkach z klubów sportowych i o barierach, z jakimi się mierzą. W rozmowach z doświadczonymi i utytułowanymi skoczkami często słyszeliśmy historie ich początków - problemów z dojazdem na treningi oraz zawody czy konieczność korzystania z używanych sprzętów w klubach sportowych, by nie obciążać i tak już nadszarpniętych domowych budżetów. Na kanwie tych rozmów i obserwacji, **Milka zdecydowała się na polskim rynku na krok wyjątkowy: rozszerzenie klasycznego sponsoringu Kadry A o dodatkowy fundusz dedykowany potrzebom najmłodszych skoczków**, zjednoczonych w lokalnych klubach, z których wywodzą się przyszłe gwiazdy skoczni.

„Cieszę się, że jako Polski Związek Narciarski nawiązaliśmy współpracę z marką Milka, która w skokach narciarskich jest obecna już od wielu lat. Milka podchodzi do swojej roli sponsora w bardzo odpowiedzialny i profesjonalny sposób. Decydując się na wsparcie zarówno zawodowych skoczków Kadry A, jak i młodych adeptów klubów sportowych, dowodzi, że zależy jej na rozwoju całej dyscypliny sportowej w Polsce.” – mów Apoloniusz Tajner, Prezes Polskiego Związku Narciarskiego.

Długofalowy Projekt Wspierania Młodych Skoczków jest efektem bliskiej współpracy z PZN, który pomógł wskazać Milce kluczowe wyzwania, przed którymi stoją młodzi sportowcy. Pierwsza edycja akcji rozpocznie się wraz z początkiem zimowego sezonu 2018/2019, druga wraz z rozpoczęciem sezonu zimowego w 2019 r. W pierwszej kolejności, Milka przekaże klubom dopasowane do potrzeb młodych skoczków kaski narciarskie oraz zapewni im dostęp do profesjonalnych sesji fizjoterapeutycznych. Milka myśli o zainicjowanym projekcie   
w wymiarze długofalowym, dlatego postanowiła sfinansować także szkolenia dla trenerów młodych skoczków.

„Wspieramy rozwój młodych sportowców nie tylko tu i teraz. Angażujemy się także w działania, których efekty będziemy mogli zobaczyć dopiero za jakiś czas. Będziemy obserwować czy pojawią się nowe potrzeby klubów sportowych, trenerów. Jesteśmy otwarci na współpracę   
z PZN. Mamy nadzieję, że już za parę lat będziemy mogli wszyscy kibicować naszym młodym

zawodnikom na największych skoczniach świata. **Milka jest i będzie „Sercem z naszymi”   
– zarówno obecnymi, jak i młodymi, przyszłymi mistrzami skoków narciarskich**” – mówi Beata Kucejko, Dyrektor Marketingu Milka, Mondelez Polska.

Wsparcie w ramach zainicjowanego projektu trafi do młodych skoczków z ponad 20 klubów sportowych w Polsce. Profesjonalne sesje fizjoterapeutyczne będą dostępne w dwóch dużych ośrodkach szkoleniowych w Szczyrku i Zakopanem, gdzie korzystać z nich będą mogły także stowarzyszone kluby z regionu. Natomiast planowane szkolenia będą dostępne dla szerokiej kadry trenerskiej młodych skoczków.

**Kampania „Sercem z naszymi” w Polsce**

Wspólne kibicowanie, wspólne przeżywanie sukcesów, jak i porażek naszych skoczków, było inspiracją do stworzenia nowej kampanii „Milka. Sercem z naszymi”. Obok sponsoringu, marka zaplanowała w Polsce szereg działań towarzyszących. Dzięki Milce, Polacy będą mogli być bliżej skoczków - bliżej niedostępnej dotąd wiedzy o nich, możliwości kontaktu z nimi, towarzyszenia w trakcie zawodów. Wyjątkowe materiały przygotowane we współpracy z Milką na temat przygotowań skoczków polskiej kadry do kolejnych konkursów w Pucharze Świata, ich treningów oraz wyników będzie można znaleźć w prasie jak i w Internecie oraz na stronie www.milka.com.pl.

Dołączenie Milki do grona sponsorów polskiej kadry skoczków narciarskich to dla marki tak duże wydarzenie, że symbol partnerstwa będzie obecny na flagowym produkcie – tabliczce mlecznej czekolady. Z tej okazji powstała nowa szata graficzna tej legendarnej czekolady ze skoczkiem narciarskim oraz hasłem „ulubiona czekolada polskich skoczków”. Milka w nowych opakowaniach pojawi się w sprzedaży wraz z rozpoczęciem sezonu skoków. Wizerunek skoczków pojawi się także w nowej kampanii „Milka. Sercem z naszymi” – polskich skoczków będziemy mogli zobaczyć m.in. w reklamach TV i w kanałach online wspierających kampanię.

**\* \* \***

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

Mondelez Polska sp. z o.o. jest wiodącą̨ firmą branży spożywczej w Polsce, od 26 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)