****

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **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 |

**Konkurs konsumencki w ramach kampanii**

**„Milka. Sercem z Naszymi”**

WARSZAWA, 03 stycznia, 2019 – Trwa sezon Pucharu Świata w skokach narciarskich 2018/2019, a wraz z nim ogólnopolska kampania „Milka. Sercem z Naszymi”.
Kolejną aktywnością w jej ramach jest organizowany przez markę Milka konkurs konsumencki,
w którym do wygrania są m.in. bilety na widowiskowy konkurs skoków w Zakopanem.
Konkurs jest prowadzony na terenie całej Polski we wszystkich sklepach sieci Biedronka.

**Poczuj 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
02 stycznia 2019 r. i trwającego do 12 stycznia 2019 r. konkursu konsumenckiego w sieci Biedronka, Milka daje możliwość wygrania biletów na konkurs skoków w Zakopanem
– wydarzenia tak bliskiego sercom wszystkich polskich kibiców.

Aby zostać Uczestnikiem Konkursu należy spełnić łącznie następujące warunki:

* w czasie Sprzedaży Promocyjnej zakupić jednorazowo dowolne produkty Milka
(z wyłączeniem lodów i jogurtów) za minimum 10 zł zachować dowód zakupu Produktów (oryginalny paragon fiskalny),
* dokonać prawidłowego zgłoszenia udziału w Konkursie na stronie *milkazeskoczkami.pl*
* wykonać zadanie konkursowe – zgodnie z opisem w pkt. 11 Regulaminu konkursu.

W puli nagród znajdują się bilety na konkurs skoków narciarskich w Zakopanem odbywający się w dniu 19.01.2019 r. oraz 20.01.2019 r. oraz karty przedpłacone o wartości 2000 zł.

Konkurs trwa od 02 stycznia 2019 r. do 12 stycznia 2019 r i jest prowadzony na terenie całej Polski we wszystkich sklepach sieci Biedronka. Regulamin konkursu jest dostępny na stronie: *www.milkazeskoczkami.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 Carat, działania PR koordynuje agencja Big Picture, a działania digitalowe – agencja Sarigato. 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)