****

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Kontakt:** | **Katarzyna Jung**Kierownik ds. Komunikacji, Polska i kraje bałtyckietel. +48 505 688 940e-mail: katarzyna.jung@mdlz.com | **Karolina Pękalska**Biuro PrasoweMondelez Polska tel. kom. +48 789 023 091e-mail: karolina.pekalska@big-picture.pl |

**W tym roku na Święta Milka ponownie inspiruje do obdarowania tych, którzy dzielą się sercem**

**Święta to wyjątkowy czas dla nas wszystkich. To właśnie wyczekiwanie na ten okres sprawia, że rozumiemy, co liczy się dla nas najbardziej – ludzie dookoła. W okresie świątecznym sami chętniej pomagamy innym, ale też wspominamy tych, którzy pomogli nie tylko nam. Każdy z nas zna osoby, które stawiają innych na pierwszym miejscu, niosą pomoc na co dzień, nie tylko od święta, a jednocześnie przez skromność pozostają w cieniu. To dzięki takim właśnie osobom, które dzielą się sercem, życie staje się delikatniejsze i przyjemniejsze. Na Święta Milka inspiruje nas do wykonywania delikatnych gestów wdzięczności w kierunku tych, na których możemy liczyć niezależnie od pory roku.**

Spot, który widzowie pamiętają z ubiegłego roku, a którego akcja rozgrywa się w szkole w czasie Świąt Bożego Narodzenia, opowiada historię o obdarowywaniu tych, którzy dzielą się sercem. Jedna z dziewczynek z chóru szkolnego, który przygotowuje świąteczny występ, dostrzega starania niesłyszącego woźnego, wkładającego wiele trudu w stworzenie cudownych dekoracji sceny. Nasza bohaterka – Mia – postanawia podziękować mu, obdarowując go czekoladowym Mikołajem Milka. Delikatne gesty doceniania łączą naszych bohaterów we wzruszającym finale.

Świąteczny spot emitowany jest w telewizji. Ponadto kreacje są odtwarzane na platformach digitalowych oraz w serwisach społecznościowych Facebook i YouTube. Ten i inne filmy marki Milka można obejrzeć [tutaj](https://www.youtube.com/c/milkapl/featured).

W tym roku Milka przenosi ideę obdarowywania tych, którzy dzielą się sercem, poza spot telewizyjny i zachęca ludzi do dzielenia się historiami z ich życia w konkursie konsumenckim. Na Facebooku użytkownicy będą się mogli opowiedzieć o bliskich, którzy czynią dobro na co dzień, a nie tylko od święta. Nagrodą będą słodkie podarunki od marki Milka, którymi wygrani będą mogli docenić bohaterów swoich zgłoszeń.

Dodatkowo w tym roku Milka czekoladowymi Mikołajami będzie zachęcać do delikatnych gestów wdzięczności na OOH.

Globalnie kreacją i produkcją spotu zajęła się agencja Wieden+Kennedy, a jego adaptacją na polski rynek agencja Carla Zuri. Za aktywności w mediach społecznościowych odpowiada agencja Liquid Thread, a za aktywację konkursową, jej komunikację w mediach społecznościowych oraz adaptację globalnych materiałów OOH – polski oddział agencji Ogilvy. Zakupem mediów zajął się dom mediowy Mindshare, a działaniami PR – Big Picture.

Linki do kreacji video kampanii „Obdaruj tych, którzy dzielą się sercem:

<https://www.youtube.com/watch?v=P4_RWktpRwY>

<https://www.youtube.com/watch?v=M2YROLuRljs>

<https://www.youtube.com/watch?v=T3KlDB8J3kU>

**Mondelez Polska**

Mondelez Polska jest wiodącą firmą branży spożywczej w Polsce, od 28 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, belVita, Petitki, Lubisie, Delicje, San, Łakotki oraz cukierki i gumy Halls a także przekąski Joyfills. 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 netto, zachęca ludzi w 150 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, MDLZ odgrywa 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 19,8% w Kategorii Produktów Czekoladowych (suma Tabliczek, Pralin i Wafli Oblewanych Czekoladą), oraz 19.6% w Kategorii Słodkich Wypieków (włączając Słodkie herbatniki oraz Miękkie Ciastka o wadze do 75g); Rynek: Cała Polska (suma rynków: Hipermarkety, Supermarkety bez Dyskontów, Dyskonty, Małe sklepy spożywcze, Średnie sklepy spożywcze i Duże sklepy spożywcze włączając sieci chemiczne, Sklepy winno-cukiernicze, Kioski, Stacje benzynowe).

Źródło: Nielsen, Panel Handlu Detalicznego, sprzedaż wartościowa, okres lipiec 2018 - czerwiec 2019. [↑](#footnote-ref-1)