

Mondelez będzie wspierał polskich skoczków narciarskich

data aktualizacji: 2018.11.17



Producent słodczy podpisał umowę sponsorską z Polskim Związkiem Narciarskim. Współpraca będzie związana z nową strategią dla marki Milka.

Do oficjalnego podpisania umowy doszło w sobotę 17 listopada przy okazji inauguracji nowego sezonu Pucharu Świata na skoczni im. Adama Małysza w Wiśle-Malince. Sygnowali ją prezes Mondelez Polska **Janusz Idczak** oraz prezes PZN **Apoloniusz Tajner**. – Skoki narciarskie są Polakom szczególnie bliskie, a marka Milka związana jest z nimi od bardzo dawna – podkreślił na specjalnej konferencji prasowej Idczak.

Milka swoją aktywność związaną ze sponsoringiem sportów zimowych rozpoczęła już w 1995 roku. Polscy kibice mogą tę markę kojarzyć przede wszystkim z niemieckim skoczkiem Martinem Schmittem, który występował na skoczniach w filietowym kasku z logiem Milki. Teraz przyszedł czas na wsparcie polskiej reprezentacji. Projekt będzie nosił nazwę „Milka. Sercem z naszymi”. W jej ramach zawodnicy kadry A będą mogli liczyć na dodatkowe środki na zaawansowany technicznie sprzęt w postaci butów czy kombinezonów.

Ale to nie wszystko, wsparcie otrzymają także najmłodszy zawodnicy. Milka uruchamia jednocześnie program pod nazwą „Projekt Wspierania Młodych Skoczków”. Mondelez poprzez swoją markę Milka będzie wspierał 20 klubów sportowych, które posiadają juniorską sekcję skoków narciarskich. Przekaze im sprzęt w postaci kasków oraz zapewni dostęp do profesjonalnych sesji fizjoterapeutycznych. Zagwarantuje także cykl szkoleń trenerom. – Wszystko zaczęło się od rozmów ze związkiem, zapytaliśmy jakie są największe potrzeby skoczków. Związek wskazał m.in. na konieczność zakupu kasków i współpracę z fizjoterapeutami, a także szkolenie trenerów młodzieży. Siłą naszej współpracy jest to, że staramy się patrzeć głębiej. Zależy nam na długofalowej współpracy, stąd też decyzja o zaangażowaniu się w pomoc młodym zawodnikom – powiedziała **Beata Kucejko - Pelka**, dyrektor marketingu marki Milka w Mondelez Polska.

Producent już podjął pierwsze widoczne działania związane z wprowadzeniem nowej strategii. Na półki trafia już limitowana seria produktów Milka z wizerunkiem skoczka. Debiut ma również za sobą billboard sponsorski, który będzie pokazywany przed i po każdej transmisji telewizyjnej konkursu Pucharu Świata w skokach narciarskich w sezonie 2018/2019. Mondelez zapowiada również szerokie działania w Internecie oraz social media, zarówno jeżeli chodzi o współpracę z pierwszą kadrą skoczków, jak również klubami sportowymi. Pojawi się też promocja w sklepach. – Będziemy wspierać sprzedaż m.in. poprzez materiały POS, każdy konsument na pewno zobaczy Milkę i skoczków. Ponadto planowane są dodatkowe aktywacje z wybranymi klientami – powiedziała Kucejko - Pelka.

Mondelez International to jeden z globalnych liderów w produkcji czekolady, ciastek oraz gum do żucia i cukierków. Jest obecny w 160 krajach świata, w tym od 26 lat także w Polsce. W swoim portfolio oprócz Milki ma również takie marki jak Alpen Gold, Prince Polo, 3BIT, Oreo, belVita czy Lubisie oraz Halls.

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/mondelez-bedzie-wspieral-polskich-skoczkow-narciar,50767>