



Mondelēz
International
SNACKING MADE RIGHT

«Мон’дэлис Русь» стала партнером Российского футбольного союза и сборной России

Российский футбольный союз и ООО «Мон’дэлис Русь», российская компания группы Mondelēz International Inc., заключили соглашение о лицензионном партнерстве. Плановый срок действия договора — до 30 августа 2020 года.

В рамках соглашения ООО «Мон’дэлис Русь», производитель печенья «Юбилейное», Oreo и крекеров TUC, шоколада Milka и Alpen Gold, жевательной резинки Dirol и леденцов Halls, развернет специальную промо-кампанию для российских покупателей с участием игроков национальной сборной России по футболу.

Александр Алаев, генеральный секретарь РФС:

«Компания «Мон’дэлис Русь» работает на российском рынке более 20 лет. Наши партнеры выпускают известные бренды, которые любят болельщики сборной России. Компания активно осуществляет масштабные социальные и благотворительные проекты. Партнерство РФС и «Мон’дэлис Русь» позволит нам вместе привлекать к футболу различную аудиторию, проводить совместные мероприятия, обмениваться идеями и опытом реализации проектов».

Юлия Ким, старший менеджер по развитию группы брендов категории «шоколад» ООО «Мон’дэлис Русь»:

««Мон’дэлис Русь» выступает партнером Российского футбольного союза уже второй раз. В 2018 году мы совместно реализовали масштабный проект «Кубок вкуса 2018», благодаря которому преданные болельщики сборной смогли принять участие в личной встрече и памятной фотосессии с игроками сборной России по футболу. Механика промо-кампании этого сезона пока остается секретом, но мы уверены, что российские потребители с удовольствием присоединятся к нашему призыву поддержать любимых игроков».

Хоссам Ашур, вице-президент бизнес-юнита Восточная Европа:

«Начиная с 2018 года, «Мон'дэлис Русь» уделяет большое внимание развитию спортивного маркетинга в России. Категория продуктов для снекинга пользуется все большим спросом среди россиян, и я убежден, что связь со спортом поможет нам увеличить продажи наших брендов, способствуя продвижению активного образа жизни среди потребителей и развитию футбола в России в целом».