**Henryk Kania, jedna z największych polskich marek FMCG, partnerem piłkarskiej Ekstraklasy**

**ZM Henryk Kania S.A. podpisały umowę z Ekstraklasa S.A., na mocy której uzyskały tytuł Partnera Oficjalnego Ekstraklasy. Firma jest wiodącym producentem wyrobów wędliniarskich w Polsce, a współpraca sponsorska z najpopularniejszą ligą sportową w Polsce – LOTTO Ekstraklasą – pozwoli jej na dodatkowe dotarcie do milionów klientów. Kontrakt podpisano do końca sezonu 2017/2018.**

16 klubów z całej Polski, blisko 400 profesjonalnych piłkarzy, miliony kibiców przed telewizorami oraz 2,7 miliona widzów na stadionach – te liczby doskonale pokazują, jak ogromnym dotarciem do konsumentów dysponować będą ZM Henryk Kania S.A. za pośrednictwem LOTTO Ekstraklasy. Na mocy umowy, marka Henryk Kania pojawi się w różnych formatach reklamowych na stadionach wszystkich klubów Ekstraklasy do końca aktualnych rozgrywek oraz przez cały sezon 2017/2018. Działania promocyjne obejmują również m.in.: wykorzystanie partnerskiego znaku graficznego, szeroką obecność w kanałach social media Ekstraklasy oraz świadczenia telewizyjne. Planowane są także wspólne działania promujące zdrowy tryb żywienia.

– *Sport łączy w sobie wiele wartości, które od lat uosabia również nasza firma. To pasja, zaangażowanie i skuteczna walka o osiąganie wyznaczonych celów. Najczęściej rodzi też pozytywne skojarzenia, gromadzi wokół siebie całe rodziny, promuje zdrowy tryb życia. Od dawna wyznajemy zasadę, że warto wspierać sport i w niego inwestować. Dlatego nawiązanie współpracy z Ekstraklasą jest dla nas kolejnym ważnym, a jednocześnie naturalnym krokiem w konsekwentnie budowanej strategii marketingowej i wizerunkowej naszej Spółki* – mówi Henryk Kania, przewodniczący Rady Nadzorczej ZM Henryk Kania S.A.

– *Piłkarska Ekstraklasa to najpopularniejsza i najbardziej emocjonująca liga sportowa w Polsce. Co roku nasze rozgrywki przyciągają na stadiony i przed telewizory miliony kibiców. Dzięki temu, jesteśmy doskonałą platformą komunikacji i promocji dla marek, które mogą realizować cele biznesowe wykorzystując kluczowe dla siebie świadczenia sponsoringowe. Jestem przekonany, że współpraca z tak dużą firmą jak ZM Henryk Kania S.A. przyniesie wiele korzyści dla obu stron* – mówi Dariusz Marzec, Prezes Zarządu Ekstraklasa S.A.

Kontrakt wchodzi w życie już od 34. kolejki rozgrywek LOTTO Ekstraklasy, która rozpocznie się 16 maja meczami grupy spadkowej. Dzień później natomiast zmagania rozpoczną drużyny z grupy mistrzowskiej, a pojedynkiem budzącym największe zainteresowanie będzie spotkanie w Warszawie, gdzie Legia zmierzy się z Lechem Poznań.

**O EKSTRAKLASIE:**

Ekstraklasa to najwyższa profesjonalna liga piłkarska w Polsce. W Ekstraklasie gra 16 najlepszych klubów, obejmujących swoim zasięgiem cały kraj. Co sezon rozgrywki ligowe gromadzą przed telewizorami oraz kanałami on-line widownię ponad 35 milionów fanów oraz prawie trzy miliony kibiców na nowoczesnych stadionach. Od ponad 10 lat rozgrywkami zarządza spółka Ekstraklasa S.A., która ma wyłączne prawo do sprzedaży scentralizowanych praw mediowych oraz marketingowych. Akcjonariuszami spółki są wszystkie kluby Ekstraklasy oraz PZPN. W każdym sezonie rozgrywanych jest 296 meczów, z udziałem blisko 400 profesjonalnych piłkarzy.

**O MARCE HENRYK KANIA:**

Zakłady Mięsne Henryk Kania S.A. to wiodący producent wyrobów wędliniarskich oraz mięsa konfekcjonowanego w Polsce z przychodami rocznymi przekraczającymi 1,2 mld zł. To także innowacyjny i prężnie rozwijający się eksporter. Firma oferuje szeroki wachlarz produktów z obszaru marek własnych i prywatnych. Głównymi odbiorcami jej produktów są sieci handlowe w kraju i za granicą, m.in. Auchan, Biedronka, Carrefour, Delikatesy Centrum, E-Leclerc, Intermarche, Kaufland, Lidl, Makro, Netto oraz Żabka.

Od marca 2012 roku akcje ZM Henryk Kania są notowane na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie.