



Warszawa, 5 czerwca 2017

## Graj o Spotify z Leszkiem – nowa, muzyczna aktywacja i puszka LECHA

Leszek rozpoczyna wakacyjną akcję, której partnerem jest serwis streamingowy Spotify. „Graj o Spotify z Leszkiem” to szansa dla fanów muzyki na zdobycie abonamentów umożliwiających legalne, bezpłatne słuchanie utworów. Wystarczy użyć kodu z oznaczonych aktywacją, wybranych wariantów Lecha i rozwiązać quiz na stronie [www](http://www.muzykaodleszka.pl). Wraz z promocją Leszek prezentuje także nową puszkę.



Lech Premium w limitowanym, muzycznym opakowaniu, Lech Ice Mojito, Bloody Orange i Shandy, Lech Free oraz Free Limonka z Miętą – pod zawleczką lub kapslem tych piw znajduje się kod dający dostęp do muzycznego quizu na stronie [www.muzykaodleszka.pl](http://www.muzykaodleszka.pl). Jego rozwiązanie to szansa na nagrodę, o której uzyskaniu decyduje kolejność zgłoszeń i liczba poprawnych odpowiedzi. Przez cały czas trwania akcji co tydzień do wygrania będzie 1000 miesięcznych i 100 rocznych abonamentów do Spotify, dzięki którym można uzyskać dostęp do swojej ulubionej muzyki i słuchać jej bez reklam.

*- Leszek doskonale wie, że muzyka jest bardzo ważna dla młodych ludzi. Szczególnie w wakacje, kiedy towarzyszy im na koncertach, festiwalach, spotkaniach ze znajomymi, ale także na co dzień. Wiemy też, że w ciepłe dni często sięgają po Leszka, dlatego połączyliśmy siły ze Spotify i przygotowaliśmy*

*akcję „Graj o Spotify z Leszkiem”. Do wygrania jest dostęp do ulubionej muzyki zawsze i wszędzie – mówi Natalia Kostera z Kompanii Piwowarskiej.*

W akcji biorą udział puszki i butelki w cztero- i sześciopakach (o pojemności 0,33 l, 0,5 l, 0,55 l, w zależności od wariantu), oznaczone czerwonym logo aktywacji. Lech Premium jako jedyny dostępny będzie w specjalnych puszkach, nawiązujących do identyfikacji wizualnej akcji.

Kampania mediowa aktywacji obejmuje 15-sekundowy spot, zrealizowany przez agencję Televisor, który będzie można zobaczyć na VOD, oraz działania digitalowe. Puszki zaprojektowała agencja Cztery czwarte. Działania Social Media koordynuje agencja Lubię to, a public relations – Tailor Made PR. Zakupem mediów zajęą się dom mediowy Zenith.



**Promocja trwa od 5 czerwca do 28 sierpnia br.**

**Regulamin promocji dostępny jest na [www.muzykaodleszka.pl](http://www.muzykaodleszka.pl)**



**WARIANTY OBJĘTE PROMOCJĄ „GRAJ O SPOTIFY Z LESZKIEM”:**





**Więcej informacji udzielą:**

**Joanna Kwiatkowska**  
kierownik ds. public relations  
Kompania Piwowarska  
Mail: joanna.kwiatkowska@kp.sabmiller.com  
Kom. +48 695 797 890

**Aleksandra Stachulska**  
Tailor Made PR  
Mail: ola.stachulska@tailormadepr.pl  
Kom.: +48 690 807 300

\*\*\*\*\*

Kompania Piwowarska skupia trzy browary o wieloletniej historii: Tyskie Browary Książęce (rok założenia - 1629), Browar Dojlidy w Białymstoku (1768) i Lech Browary Wielkopolski w Poznaniu (1895). To w nich warzymy najchętniej wybierane przez Polaków piwa, między innymi: Żubra, Tyskie, Lecha, Dębowe, Redd'sa oraz kolekcję specjalności Książęcego. Sprawdzone receptury, naturalne składniki, nieskazitelna czystość w naszych browarach a przede wszystkim umiejętności doświadczonych piwowarów - to wszystko sprawia, że warzone przez nas piwa są cenione w Polsce i za granicą.

Jako firma odpowiedzialna społecznie troszczymy się o ludzi i środowisko wokół nas. Realizując strategię „Postaw na piwo” promujemy odpowiedzialność i umiarkowanie w spożywaniu alkoholu, szkolimy sprzedawców, oszczędzamy wodę i energię, wspieramy rozwój naszych partnerów biznesowych i angażujemy się w wolontariat. Mamy zaszczyt być sponsorem wielu lokalnych drużyn.