

Aukštus tikslus šių metų sezone keliantis Panevėžio „Lietkabelis“ sulaukė svarbaus pastiprinimo – ilgametė klubo rėmėja „Kalnapilio-Tauro grupė“ pratęsė bendradarbiavimą su klubu dar vieneriems metams.

Šis aludarystės tradicijas puoselėjančios įmonės ir vienos stipriausių krepšinio komandų šalyje bendradarbiavimas tęsiasi jau 25-erius metus.

Kaip pasakoja „Kalnapilio-Tauro grupės“ generalinis direktorius Marijus Valdas Kirstukas, tokio sprendimo pratęsti „Lietkabelio“ rėmimą priėmimas buvo nesudėtingas ir savalaikis – juk remti tokią populiarią sporto šaką Lietuvoje yra didžiulė garbė ir malonus įsipareigojimas.

„Bendradarbiavimas su šiuo Panevėžio krepšinio klubu, jo palaikymas ir rėmimas jau tapo mūsų įmonės tradicija – jį pradėjome remti dar 1996 metais, tuomet komandai net buvo suteiktas būtent „Kalnapilio“ vardas. Matome, kad toks ilgalaikis vietinio sporto rėmimas ne tik leidžia pasiekti gerų rezultatų, bet ir suburia kraštiečius, prisideda prie aktyvesnio miesto gyventojų laisvalaikio praleidimo. Taip pat – paties krepšinio populiarinimo, kam, neabejoju, turės įtakos „Lietkabelio“ kovos ne tik Lietuvoje, bet ir Europos taurės varžybose“, – teigia M.V.Kirstukas.

„Lietkabelio“ vadovas Martynas Purlys antrina, kad „Kalnapilio-Tauro grupė“ rėmimas komandai neabejotinai padės siekti dar aukštesnių tikslų – praėjusiame Lietuvos krepšinio lygos sezone komanda iškovojo bronzos medalius, o Karaliaus Mindaugo Taurės turnyre pralaimėjo tik finale. Šis aludarystės tradicijas puoselėjančios įmonės ir vienos stipriausių krepšinio komandų šalyje bendradarbiavimas tęsiasi jau 25-erius metus.

„Esame daugkartiniai šalies čempionatų prizininkai ir europinių turnyrų dalyviai, tai puikiai žinome, kaip į Panevėžį atvežti pergales, ką jos reiškia vietiniams gyventojams. Šį sezoną džiugių akimirkų leidžia tikėtis perspektyvi, įdomi ir konkurencinga komandos sudėtis, galime sakyti, kad esame tamsusis arkliukas“, – teigia M.Purlys.

„Kalnapilio-Tauro grupės“ gaminamas ir sirgalių jau pamėgtas „Kalnapilio“ nealkoholinis alus šiemet taip pat tapo generaliniu Lietuvos krepšinio federacijos rėmėju. Pažymint šio bendradarbiavimo pradžią ir populiarinant krepšinį šalyje, šiemet po Lietuvą keliavo Nr. 1 Lietuvoje „Kalnapilio“ nealkoholinio alaus iššūkis „Ištroškusiems pergalių“, kurio metu buvo galima pagerinti į aukščiausiai iškeltą krepšį metimo rekordą.

„Jau daugybę metų krepšinį vadiname savo identiteto dalimi. Tą patį galėtų pasakyti ir

didelė dalis Lietuvos gyventojų – juk ši sporto šaka suvienija ir telkia sirgalius, tai dar viena proga susitikti ir laukti pergalių. Ypač kai tai daryti kur kas lengviau su „Kalnapilio“ nealkoholiniu alumi. Kartu su juo ateityje dar tikrai sutiksime ne vieną įsimintiną pergalę tiek Lietuvoje, tiek ir tarptautinėse varžybose“, – įsitikinęs M.V.Kirstukas.

„Kalnapilio-Tauro grupė“ šiemet augino pardavimus – tam įtakos turėjo ir populiariausias Lietuvoje „Kalnapilio nealkoholinis“ alus „Kalnapilio-Tauro grupei“ – garbingas „maltiečių“ apdovanojimas: motyvuos stengtis dar labiau „Kalnapilio-Tauro grupė“ – vienas didžiausių alaus ir gaiviųjų gėrimų gamintojų Lietuvoje.

Bendrovė valdo alaus ne vienu aukščiausiu apdovanojimu įvertintus prekės ženklus „Kalnapilis“, „Tauras“, sulčių prekės ženklą „Cido“, atstovauja alaus prekių ženklams „Heineken“, „Krusovice“, „Sol“, bei gaiviųjų gėrimų ženklams „Pepsi“, „Mirinda“, „7Up“ ir „Mountain Dew“. 2019 metais naujai pristatytas energinių gėrimų prekės ženklas „Cult“.

