**Credit Agricole rusza z nową kampanią z Dawidem Podsiadło i promuje akcję #mniejplastiku**

**Credit Agricole ponownie zachęca do walki z nadmiarem plastikowych odpadów. W nowej kampanii z udziałem Dawida Podsiadło przypomina, że w morzach i oceanach już za 30 lat może być więcej plastiku niż ryb i delfinów. Bank szykuje także loterię dla klientów, w której główną nagrodą jest samochód Kamper Roller Team.**

Credit Agricole zachęca do przejścia na stronę #mniejplastiku i wyboru karty płatniczej z ekotworzywa, które rozkłada się szybciej niż zwykły plastik. Każdy klient, który do 30 kwietnia otworzy Konto dla Ciebie, po wykonaniu określonej liczby miesięcznych transakcji telefonem, kartą, zegarkiem lub BLIKIEM może otrzymać od banku nawet do 555 zł premii. Konto otworzyć można w dowolnej placówce banku lub zdalnie, za pośrednictwem specjalnej aplikacji mobilnej: CA24 Otwórz Konto.

Oferta promowana jest nową kampanią z udziałem Dawida Podsiadło. To już kolejne przedsięwzięcie z udziałem artysty, które podejmuje temat ochrony środowiska i nadmiaru odpadów z tworzyw sztucznych. W zeszłym roku Credit Agricole i Dawid podsiało zorganizowali wspólnie aukcję wyjątkowych płyt gramofonowych, dzięki której Polskie Stowarzyszenie Zero Waste otrzymało 100 tys. złotych na walkę z nadmiarem plastiku w środowisku. Wszystkie płyty wyprodukowane zostały z przetworzonych elementów scenografii wykorzystywanej podczas trasy koncertowej Dawida Podsiadło „Leśna muzyka” (scenografia również powstała z plastikowych odpadów). Każda płyta zawiera inną piosenkę Dawida Podsiadło, a także cover piosenki „Sailing” w wykonaniu Julii Pietruchy (muzyka do niego powstała z przetworzonych dźwięków z plastikowych śmieci zebranych na plażach Bałtyku).

- W naszej nowej kampanii reklamowej pokazujemy skutki zanieczyszczenia środowiska plastikowymi odpadami i przestrzegamy przed tym, co może się stać, jeśli nie podejmiemy walki z plastikiem, w szczególności tym jednorazowym. Mam nadzieję, że nasze działania skłonią do refleksji nad stanem naszej planety i będą impulsem do zmiany postaw na bardziej przyjazne środowisku – zaznacza Jędrzej Marciniak, wiceprezes zarządu Credit Agricole ds. marketingu.

W reklamie Credit Agricole zwraca uwagę, że w morzach i oceanach już za 30 lat może być więcej plastiku niż ryb i delfinów. – Kampania ruszyła na kilka dni przed Dniem Bez Opakowań Foliowych. Przy tej okazji chcemy przypomnieć, że nadmiar opakowań foliowych jest problemem, który dotyczy nas wszystkich. W przeciągu ostatnich 10 lat wyprodukowano więcej plastiku niż przez całe poprzednie stulecie. Nadmiar plastikowych śmieci dotyczy nie tylko Polski, czy Europy. Jest to problem globalny i obejmuje całą naszą planetę. Wierzymy, że suma drobnych działań daje wielkie efekty i każdy z nas może skutecznie ograniczać wytwarzanie zbędnych odpadów – dodaje Jędrzej Marciniak.

Wkrótce, bo już 1 lutego, wystartuje także loteria dla aktualnych i nowych klientów Credit Agricole. Bank przygotował sporą liczbę nagród. Aż 1 180 osób otrzyma zegarek Smartwatch FITBIT Versa 2. Główny zwycięzca otrzyma samochód Kamper Roller Team Kronos 287 TL. Aby wziąć udział w loterii, należy złożyć w CA24 eBank wniosek w programie Rodzina 500+ i zarejestrować się do loterii na [www.wygrajkampera.pl](http://www.wygrajkampera.pl). Można to zrobić od 1 lutego do 31 marca 2022 r. (zgłoszenia do loterii przyjmowane są 1 lutego, od godziny 12:00).

Spoty nowej kampanii zaprezentowane zostaną w 118 kanałach telewizyjnych. Kampanii towarzyszą zintegrowane działania w Internecie i mediach społecznościowych. Nową ofertę promują także materiały w placówkach bankowych i treści wyświetlane na ekranach digital signage. Bank zaplanował też komunikację bezpośrednią do klientów poprzez SMS-y oraz szereg działań PR związanych z kampanią edukacyjną #mniejplastiku. Wciąż działa również strona internetowa: [www.mniejplastiku.pl](http://www.mniejplastiku.pl), na której można dowiedzieć się więcej o ekologicznych działaniach Credit Agricole i przyjaznej środowisku karcie płatniczej. Dodatkowo bank wspólnie z portalem Onet.pl prowadzi serwis informacyjny poświęcony problemowi plastiku: mniejplastiku.onet.pl.

Autorem konceptu kreatywnego wiosennej kampanii Credit Agricole jest agencja JUST, za produkcję spotów odpowiadał Opus Film, a planowanie i zakup mediów jest dziełem Zenith Media. Za kampanie w internecie odpowiedzialna jest agencja Cube Group i Performance. Kreacje do kampanii internetowych przygotowały agencje JUST i Point of View. Organizatorem loterii „Wygraj Kampera z wnioskiem 500+ i CA24 eBank” jest agencja IQ Marketing (Poland).