**"Szezlong" z Karoliną Gruszką nagrodzony Kreaturą**

**Spot telewizyjny banku Credit Agricole w ramach kampanii pt. "Szezlong" został nagrodzony w prestiżowym konkursie polskiej kreacji reklamowej Kreatura. Za kreację i produkcję filmu promującego przenoszenie kont do Credit Agricole odpowiedzialna była agencja Just.**

Film „Szezlong” był pierwszym spotem Credit Agricole, w którym wystąpiła aktorka Karolina Gruszka. Emitowany był w maju i czerwcu 2016 r., a jego kontynuacja w styczniu i lutym 2017 r. oraz maju i czerwcu 2017 r. w ośmiu ogólnopolskich stacjach telewizyjnych. Kreacja i produkcja spotu jest dziełem agencji Just z Poznania. Po stronie banku przy produkcji współpracowali: Marek Kłos, Gabriela Synoś i Sebastian Wierciński.

"Szezlong" promował nowe, bezpłatne konta osobiste, z kartą płatniczą i darmowym dostępem do bankomatów na całym świecie. W ramach promocji, za przeniesienie rachunku do Credit Agricole bank płacił nowemu klientowi 250 zł.

*- Ta kampania i cały proces przenoszenia kont przyniosły nam świetne efekty biznesowe* – mówi Jędrzej Marciniak, wiceprezes zarządu banku Credit Agricole. - *Cały czas jesteśmy liderem wśród banków – trafia do nas ponad 70% wszystkich kont przenoszonych przez klientów. Cieszę się bardzo, że teraz również środowisko twórców reklamowych uznało tę reklamę za oryginalną i innowacyjną i nagrodziło ją Kreaturą 2017. Dziękuję również wszystkim, którzy pracowali przy całym procesie przenoszenia kont* – dodaje Marciniak.

Koncepcja spotu przygotowana została m.in. na podstawie badań neuromarketingowych. Testowa grupa odbiorców poddawana była badaniu aktywności fal mózgowych oraz reakcji skórno-galwanicznych. W ten sposób wybrany został spot wzbudzający najwięcej pozytywnych emocji u widzów.

- *Ostateczny kształt każdej reklamy to zawsze efekt współpracy agencji z klientem, dlatego traktuję tę nagrodę również jako wyróżnienie dla nas* – tłumaczy wiceprezes zarządu Credit Agricole. *- Reklama ta miała w niesztampowy i emocjonalny sposób zachęcić do przenoszenia kont do naszego banku. Postawiliśmy więc na dosłowne pokazanie komfortowych przenosin, które symbolizowały wysoką jakość obsługi w naszym banku i to, że w trakcie takiej zmiany załatwiamy za klientów wszystkie niezbędne formalności* – przekonuje Jędrzej Marciniak.

Konkurs niezależnej polskiej kreacji Kreatura jest organizowany pod egidą miesięcznika "Media & Marketing Polska" od 1996 r. Konkurs ma na celu wyróżnienie i uhonorowanie polskiej sztuki reklamowej. Prace biorące udział w konkursie oceniane są pod kątem oryginalności i innowacyjności pomysłu oraz ponadprzeciętnej jakości wykonania. Oceny prac dokonuje jury składające się z przedstawicieli najbardziej aktywnych rodzimych marketerów oraz przedstawicieli podmiotów świadczących profesjonalne usługi w obszarze komunikacji marketingowej.