

INFORMACJA PRASOWA

W nowej kampanii Visa zachęca do płatności zbliżeniowych kartą lub telefonem za najdrobniejsze zakupy

**Szybkie, wygodne i bezpieczne płatności zbliżeniowe z Visa pozwalają skupić się na tym,   
co dla każdego jest w życiu najważniejsze.**

**Warszawa, 6 lutego 2019 r.** – Ruszyła nowa kampania Visa przypominająca, że w Polsce konsumenci mogą zapłacić zbliżeniowo z Visa nawet za najdrobniejsze zakupy w sposób szybki, wygodny i bezpieczny. Wystarczy mieć przy sobie kartę, smartfon lub zegarek z NFC, aby móc dokonać płatności w wielu sytuacjach, np. podczas spaceru z psem, joggingu, przejazdu autobusem czy w kiosku. Ogólnopolska kampania potrwa do 28 kwietnia. Obejmuje spoty telewizyjne, działania w mediach społecznościowych i w internecie, a także reklamy zewnętrzne OOH i DOOH.

Polska, obok Czech, Słowacji i Węgier, znajduje się w światowej czołowej szóstce jeśli chodzi o popularność płatności zbliżeniowych. Visa od wielu lat czynnie wspiera dynamiczny rozwój sieci akceptacji płatności bezgotówkowych, na przykład poprzez swój wkład w powstanie i funkcjonowanie Fundacji Polska Bezgotówkowa, realizowanie programów i kampanii informacyjno–promocyjnych[[1]](#footnote-1), a także poprzez działalność warszawskiego Inkubatora Innowacji Visa. Między innymi dzięki tym staraniom Visa, Polska będzie pierwszym krajem na świecie, gdzie możliwe będzie dokonanie płatności zbliżeniowej w każdym fizycznym punkcie sprzedaży[[2]](#footnote-2). Polscy konsumenci są otwarci na innowacje i z entuzjazmem przyjęli pojawienie się na rodzimym rynku nowych mobilnych sposobów płacenia za pośrednictwem smartfona, smartwatcha lub opaski. Okazuje się jednak, że podczas niewielkich codziennych zakupów Polacy często instynktownie sięgają do kieszeni po gotówkę.

*„Celem nowej kampanii Visa jest zachęcenie konsumentów do dokonywania płatności zbliżeniowych także za niewielkie, codzienne zakupy. Zależy nam na podkreśleniu szerokiej sieci akceptacji transakcji cyfrowych w Polsce. Chcemy, żeby konsumenci mieli świadomość, że płatności z Visa są szybkie, wygodne, bezpieczne i łatwo dostępne na co dzień”* – mówi Katarzyna Jezierska, Head of Marketing, Central Eastern Europe w Visa.

W telewizji od 21 stycznia do 3 marca 2019 r. oraz od 11 marca do 22 kwietnia 2019 r. emitowane będą 15- i 30-sekundowe wersje [spotu reklamowego](https://www.youtube.com/watch?v=55CoWxrWGNY&feature=youtu.be). Jego bohater spieszy się załatwiając różne sprawy. Z zadowoleniem odkrywa, że płacąc zbliżeniowo kartą za drobne zakupy oszczędza czas, który może przeznaczyć na ważniejsze rzeczy niż oczekiwanie na wydanie reszty. Spotom telewizyjnym będą towarzyszyć działania w internecie i w mediach społecznościowych, a także reklamy zewnętrzne OOH i Digital OOH.

Za kreację i produkcję spotów reklamowych oraz internetowych odpowiada agencja Saatchi & Saatchi IS. Liquid Thread opracował materiały do mediów społecznościowych. Natomiast planowaniem i zakupem mediów zajął się dom mediowy Starcom.

###

**O Visa Inc.**

Visa Inc. (NYSE: V) to światowy lider płatności cyfrowych. Naszą misją jest połączenie całego świata za pośrednictwem najnowocześniejszej, niezawodnej i bezpiecznej sieci płatniczej, wspierając tym samym rozwój ludzi, firm i całej gospodarki. Nasza nowoczesna globalna sieć przetwarzania danych transakcji – VisaNet – umożliwia dokonywanie bezpiecznych i skutecznych płatności na całym świecie i może przetwarzać w ciągu sekundy ponad 65 tys. operacji. Niesłabnący nacisk, jaki firma kładzie na innowacyjność, sprzyja szybkiemu wzrostowi handlu z wykorzystaniem wszelkich urządzeń połączonych z internetem, a także realizacji wizji przyszłości bezgotówkowej – dla każdego i w każdym miejscu. Wraz z ogólnoświatowym procesem przechodzenia z technologii analogowych na cyfrowe, Visa angażuje swoją markę, produkty, specjalistów, sieć i zasięg, by kształtować przyszłość handlu. Więcej informacji znajduje się na stronach [www.visaeurope.com](http://www.visaeurope.com) i [www.visa.pl](http://www.visa.pl/), na blogu [vision.visaeurope.com](https://vision.visaeurope.com/) oraz na Twitterze [@VisaNewsEurope](https://twitter.com/VisaNewsEurope) i [@Visa\_PL](https://twitter.com/VISA_PL).

**Kontakt dla mediów:**Jarosław Soroczyński  
Grayling Poland  
+48 601 090 747   
[jaroslaw.soroczynski@grayling.com](mailto:jaroslaw.soroczynski@grayling.com)  
[visa.pl@grayling.com](mailto:visa.pl@grayling.com)

Treść niniejszej informacji oraz wszelkie wyrażone w niej opinie (w tym opisy konkretnych przypadków, porównania, badania, statystyki i rekomendacje) podane są wyłącznie w celach informacyjnych, a Visa inc. nie udziela żadnych gwarancji co do ich kompletności i dokładności, nie ponosi żadnej odpowiedzialności ani nie bierze na siebie zobowiązań z tytułu opierania się na przedstawionych informacjach.

1. Ogólnorynkowy program „Kartą Visa zapłacisz wszędzie” przyczynił się w latach 2010 – 2015 do podwojenia liczby terminali w Polsce. [↑](#footnote-ref-1)
2. Według danych Visa pochodzących od agentów rozliczeniowych (grudzień 2018) już ponad 99,9% terminali płatniczych używanych w Polsce obsługuje płatności zbliżeniowe. [↑](#footnote-ref-2)