INFORMACJA PRASOWA

W nowej kampanii Visa zachęca do płatności kartą za drobne zakupy

* ***Celem kampanii jest przypomnienie, że płatności bezgotówkowe są akceptowane w setkach tysięcy miejsc w Polsce i zachęcenie konsumentów do płacenia w ten sposób także za drobne zakupy***
* ***Działania marketingowe obejmują m.in. emisję spotów telewizyjnych oraz komunikację w mediach społecznościowych***



**Warszawa, 17 września 2018 r.** – 10 września rozpoczęła się nowa kampania Visa, która ma przypomnieć konsumentom o szerokiej sieci akceptacji płatności Visa w Polsce i przekonać ich, że bezgotówkowo mogą łatwo i wygodnie zapłacić nawet za najdrobniejsze zakupy. W ramach kampanii przygotowano m.in. dwie wersje spotów reklamowych, które emitowane są w ogólnopolskich kanałach telewizyjnych. Działania obejmą również aktywność w internecie i w mediach społecznościowych.

„Dynamiczny rozwój sieci akceptacji płatności cyfrowych w Polsce pozwala nam dzisiaj płacić z Visa niemal w każdej sytuacji. Kartą, smartfonem czy urządzeniem ubieralnym szybko i wygodnie opłacimy nie tylko duże zakupy, ale też najdrobniejsze sprawy: kawę na wynos, kwiaty czy, w coraz większej liczbie miast, przejazd komunikacją miejską” – mówi Katarzyna Jezierska, Head of Marketing, Central Eastern Europe w Visa.

Obecnie płatności bezgotówkowe akceptuje w Polsce ponad 657 tys. terminali (z czego niemal 100% obsługuje płatności zbliżeniowe)\*. W ciągu najbliższych 3-4 lat liczba ta wzrośnie o kolejne kilkaset tysięcy, dzięki Programowi Polska Bezgotówkowa prowadzonemu przez Fundację Polska Bezgotówkowa. Tylko w tym roku, dzięki tej inicjatywie udało się wprowadzić na rynek już ponad 65 tys. terminali. Visa jest włączona w prace Fundacji wspólnie z partnerami – bankami i agentami rozliczeniowymi – od samego początku, istotnie partycypując w budżecie programu, a także dzieląc się swoją ekspercką wiedzą i doświadczeniem z dotychczasowej działalności w zakresie rozwoju sieci akceptacji. Dzięki programowi mali i średni przedsiębiorcy mogą uzyskać pomoc polegającą na pokryciu kosztów związanych z zakupem terminala oraz kosztów obsługi płatności przez 12 miesięcy.

Kampania Visa potrwa do 28 października. Na jej potrzeby przygotowano 15- i 30-sekundowe spoty reklamowe (spot 30-sekundowy można obejrzeć tutaj: <https://youtu.be/Yeg6NWd6qw8>), które są emitowane w ogólnopolskich stacjach telewizyjnych. Towarzyszą im m.in. działania wideo w internecie oraz aktywności w mediach społecznościowych.

„Dla wielu osób przy mniejszych zakupach pierwszym wyborem wciąż pozostaje gotówka. Zależy nam na tym, aby to zmienić. Obecna kampania jest naturalną kontynuacją prowadzonych przez nas od lat działań w zakresie edukacji Polaków na temat zalet płatności cyfrowych” – dodaje Katarzyna Jezierska.

Za strategię i kreację kampanii oraz produkcję spotów reklamowych odpowiada agencja Saatchi & Saatchi, natomiast zakupem mediów zajął się dom mediowy Starcom.

\* Dane Narodowego Banku Polskiego na koniec I kw. 2018 r.

###

**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:**

Maciej Gajewski, Message House Agencja PR

tel. 22 119 78 45

e-mail: maciej.gajewski@messagehouse.pl, biuro@messagehouse.pl