Warszawa, 12 marca 2024 r.

**Provident Polska z kolejną odsłoną kampanii reklamowej „Mam plan”**

**13 marca rozpoczyna się kolejna edycja kampanii „Mam plan” Provident Polska. W najnowszych spotach firma podkreśla, że doskonale rozumie różnorodność swoich klientów oraz potrafi odpowiadać na indywidualne potrzeby każdego z nich. Ich marzenia i plany – zarówno te małe, jak i te duże – są dla Providenta tak samo ważne.**

Nowa reklama pokazuje, że oferta Providenta jest dostępna dla wszystkich klientów o zróżnicowanych stylach życia czy preferencjach zakupowych. Jako firma zaangażowana w działania na rzecz inkluzywności, Provident Polska w swojej nowej kampanii do grona bohaterów włącza również osoby z niepełnosprawnościami. Podkreślając znaczenie równości w dostępie do usług finansowych, marka stawia sobie za cel także wspieranie swoich klientów w realizacji ich celów.

– *Dla Providenta wszystkie plany i potrzeby są równie ważne, bez względu na to, czy po prostu sprawiają nam radość, czy ułatwiają realizację wielkich życiowym celów. Chcemy pokazać, że nawet niewielka kwota może pomóc w spełnianiu największych marzeń, a czasem to właśnie te drobne, codzienne rzeczy sprawiają najwięcej satysfakcji* – wyjaśnia Artur Zabielski, dyrektor marketingu Provident Polska. – *Tak dzieje się w przypadku bohaterów naszego nowego spotu. Pożyczka Providenta pomaga spełnić sportowe marzenie o rowerze z ręcznym napędem, ale także to o pierwszym rowerku dla dziecka.*

Jednym z kluczowych elementów kampanii są spoty w formatach 15- i 30-sekundowym, które zostaną rozpowszechnione zarówno w mediach tradycyjnych, jak i na platformach społecznościowych. Nowa reklama to także nowa muzyka – spoty zostały zbudowane wokół włoskiego hitu „Mamma Maria” w kreatywnej aranżacji.

Działania reklamowe w ramach nowej kampanii Provident Polska objęły telewizję oraz internet, w tym media społecznościowe. Jej kreacją, strategią i przygotowaniem zajęła się Agencja MullenLowe Warsaw, za planowanie i zakup kampanii reklamowej w TV odpowiada dom mediowy OMD, natomiast za aktywności w Internecie – Sales & More. Spoty wyprodukowało studio F1LM, a wyreżyserował Marcin Starzecki. Za aranżację utworu muzycznego odpowiada Patryk Kumor.

\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*

Provident Polska SA jest częścią grupy finansowej International Personal Finance (IPF) notowanej na Londyńskiej Giełdzie Papierów Wartościowych. IPF działa w 11 krajach na całym świecie. W Polsce Provident działa od 1997 roku i jest największą firmą na rynku pozabankowych pożyczek gotówkowych. Prezesem zarządu jest Agnieszka Kłos-Siddiqui.

Provident Polska jest firmą multikanałową i multiproduktową – dociera do wszystkich grup klientów i oferuje szereg produktów: pożyczkę konsumencką dostępną w wariantach online, z obsługą domową lub samodzielną spłatą, a także kartę Provi Smart.

Jednym z filarów strategii biznesowej Providenta jest odpowiedzialne pożyczanie. W 2022 roku Provident zaprezentował piąty raport społeczny, w którym podsumowane zostały działania firmy w latach 2020-2021. Provident jest jedyną firmą pożyczkową, która przygotowuje raport CSR. Za lata 2014, 2015 oraz 2017, 2018, 2019 otrzymał tytuł „Etyczna Firma” przyznawany przez redakcję dziennika „Puls Biznesu”, a w roku 2020 i 2022 tytuł Super Etycznej Firmy. W 2015 roku, będąc jednym z największych reklamodawców sektora finansowego, Provident został sygnatariuszem Rady Reklamy. Firma dziesięciokrotnie została wyróżniona certyfikatem Top Employer (w latach 2013-2023).