Warszawa, 20 kwietnia 2021 r.

Informacja prasowa

**Agencja M&CC kolejny raz realizuje kampanię edukacyjną Czas na Wzrok**

**Pod hasłem #SuperMocOkularów wystartowała kolejna edycja ogólnopolskiej kampanii Czas Na Wzrok. Celem akcji jest zwrócenie uwagi na nieprawidłowe użytkowanie okularów nabywanych poza salonami optycznymi i ograniczenie liczby odpadów niepoddawanych recyklingowi. Kampania została zainicjowana przez Grupę Essilor, a za działania komunikacyjne odpowiada agencja M&CC.**

Grupa Essilor od ponad trzech lat prowadzi intensywną komunikację opartą na działaniach promujących dbanie o wzrok i prawidłową korekcję okularową. W tym roku za główny cel postawiła sobie budowanie świadomości wśród ludzi na temat zagrożeń płynących z nieprawidłowego i nadmiernego użytkowania „uniwersalnych” okularów korekcyjnych i przeciwsłonecznych kupowanych poza salonami optycznymi (np. w drogeriach, supermarketach czy aptekach) – nie tylko dla wzroku, ale także dla środowiska. Do każdego salonu optycznego, oznakowanego specjalną „eko ikoną” można przynieść stare, nieużywane, zniszczone okulary i w zamian – otrzymać specjalną ofertę na kupno nowej, profesjonalnie wykonanej pary wraz z badaniem wzroku w ich cenie (w tych salonach, w których prowadzone są badania wzroku). Zebrane z całej Polski okulary Grupa Essilor przekaże do przetworzenia na energię dla naszych domów.

Agencja M&CC kolejny raz będzie wspierała Grupę Essilor w realizacji kampanii Czas Na Wzrok. W 2021 roku do zadań agencji należy przede wszystkim prowadzenie działań komunikacyjnych kampanii (w tym social media), a także pozyskiwanie patronów oraz partnerów akcji. Zespół odpowiedzialny za realizację kampanii to Sylwia Samborska, client service director oraz Monika Gajo, senior consultant. Informacje na temat kampanii można śledzić na stronie [www.czasnawzrok.pl](http://www.czasnawzrok.pl) oraz <https://www.facebook.com/czasnawzrok40>.