Warszawa, 9 listopada 2016

**Liczby ważne dla klienta w świątecznej kampanii Providenta**

**Świat finansów opisują twarde i chłodne cyfry. Mają jednak zupełnie inny wymiar, jeśli popatrzymy na nie przez pryzmat spełnionych marzeń i emocji, jakie im towarzyszą. Jak chociażby liczba uderzeń serca dziecka, gdy rozpakowuje prezent znaleziony pod choinką. Provident, lider wśród firm pożyczkowych w Polsce, wystartował właśnie z kampanią świąteczną, w której cyfry nabierają zupełnie innego znaczenia.**

Tegoroczna kampania świąteczna marki Provident opiera się na „magii liczb”, które mają bardziej ludzki wymiar. Widzimy rodzinę cieszącą się 100-procentową obecnością przy wigilijnym stole, możemy poczuć wyjątkowy smak 12 dań przygotowanych na 4 ręce. Czujemy także każde z 116 uderzeń serca małego chłopca, który podekscytowany odpakowuje znalezione pod choinką prezenty. W Providencie takie liczby mają znaczenie. Opisują naszą tradycję, oczekiwanie i radość, ale także wzruszenie. Przez to odczytujemy je, jako wyjątkowe.

Spot dostępny jest pod linkiem: [https://www.youtube.com/watch?v=CMGEYqQmMm4](https://protect-eu.mimecast.com/s/77WvBhVJdk4SE?domain=youtube.com)

*Kluczowa obserwacja, która nam przyświecała przy tworzeniu tej kreacji jest taka, że oprócz twardych liczb, takich jak wysokość oprocentowania czy okres pożyczki, dla każdego z nas najważniejszy jest kontekst naszego codziennego życia i własne sprawy, plany, które z pomocą dodatkowych środków chcemy zrealizować –* mówi Andrzej Zackiewicz, Dyrektor Departamentu Zarządzania Kanałami Marketingowymi. *Ta perspektywa jest dla Providenta najważniejsza, bo pożyczki pomagają realizować to, co w życiu konsumentów istotne - ich własne plany –* dodaje.

Zgodnie z naszym hasłem „Wierzymy w Twój plan”, chcemy podkreślić wartość emocji, jakie towarzyszą nam, gdy spełniamy swoje cele lub pragnienia. Również te, które wiążą się z tak niezwykłym czasem, jakim są zbliżające się święta.

*Ta kampania odzwierciedla istotne zmiany społeczne - kategoria pożyczkowa nie jest już formą łatania dziury finansowej, lecz dla wielu osób po prostu sposobem na realizację planów, których nie chcą odkładać na później. Poprzez jakość tej produkcji i zdecydowanie wizerunkowy aspekt kampanii chcemy zmieniać postrzeganie pożyczki -* mówi Agnieszka Gozdek, Brand Strategy Director Isobar.

Spoty będą emitowane w ogólnopolskich stacjach TV, jak również w Internecie. Kampanię TV wspierają nośniki  BTL. Za strategię, kreację i realizację kampanii odpowiada agencja Isobar Polska, która od listopada 2015 r. odpowiada za kompleksową obsługę reklamową marki Provident.

Produkcją spotu telewizyjnego zajęła się Film Produkcja, postproducję zrealizowano w Platige Image, a media zaplanował i zakupił dom mediowy OMD.

**Świąteczny konkurs Providenta „Wygraj pożyczkę”**

Świątecznej kampanii towarzyszy specjalna propozycja dla klientów Provident Polska. Każdy, kto w terminie od 9 listopada do 28 grudnia skorzysta z naszej oferty (Pożyczki Samoobsługowej lub Pożyczki Dopasowanej), będzie mógł wziąć udział w konkursie „Wygraj pożyczkę”. Nagrodą dla zwycięzcy jest nagroda pieniężna przeznaczona na spłatę przez Provident całkowitej kwoty pożyczki udzielonej w czasie konkursu oraz związanych z nią kosztów.

By wziąć udział w konkursie należy w ciągu 14 dni od daty wzięcia pożyczki wysłać SMS z numerem pożyczki oraz odpowiedzią na pytanie konkursowe „Napisz co w święta LICZY SIĘ dla Ciebie najbardziej?”. Zgodnie z regulaminem, jury wybierze najbardziej kreatywne odpowiedzi. Każdego dnia począwszy od 23.11.2016, jury wyłoni jednego laureata, któremu Provident spłaci pożyczkę. Provident planuje wyłonić 50 zwycięzców. Szczegółowe informacje oraz regulamin konkursu dostępne są na stronie [www.provident.pl](http://www.provident.pl).

**Podstawowe informacje o Provident Polska S.A.**

Provident Polska S.A jest częścią grupy finansowej International Personal Finance (IPF). Firma jest notowana na Londyńskiej Giełdzie Papierów Wartościowych, a także – w ramach notowań równoległych – na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. IPF działa w 12 krajach na całym świecie i planuje rozwój na kolejnych rynkach. W Polsce Provident działa od 1997 roku i jest największą firmą na rynku pozabankowych pożyczek gotówkowych. Prezesem Zarządu jest David Parkinson.

Provident Polska jest firmą multikanałową i multiproduktową - dociera do wszystkich grup klientów, i oferuje szereg produktów: Pożyczkę konsumencką (w różnych wariantach: pożyczkę online, z obsługą domową lub samodzielną spłatą), pożyczkę konsolidacyjną i pożyczkę dla firm.

Jednym z filarów strategii biznesowej Providenta jest responsible lending, czyli odpowiedzialne pożyczanie. W 2014 roku Provident zaprezentował pierwszy raport społeczny na rynku pożyczkowym, w którym podsumowane zostały działania firmy w latach 2012-2013 oraz przedstawił strategię działań na kolejne lata. W 2015 i 2016 roku Provident otrzymał nagrodę Etyczna Firma przyznawaną przez dziennik Puls Biznesu. W 2015 roku Provident będąc jednym z największych reklamodawców sektora finansowego, został sygnatariuszem Rady Reklamy. Firma jest czterokrotnym laureatem procesu certyfikacji Top Employer (2013, 2014, 2015, 2016).