Odpowiedzialne marki wybierają zieloną energię. Kampania Respect Energy przybliża filozofię świadomych brandów

**Spółka Respect Energy S.A. – jedyna firma na polskim rynku z całkowicie ekologicznym miksem energetycznym – rusza z kampanią typu testimonials, która przybliży stosunek klientów marki do środowiska i problemu śladu węglowego. Zespół odpowiedzialny za działania marketingowe przygotował m.in. 3 wersje bazowego spotu.**

– Nasza kampania skupia się na podstawowych wartościach całej społeczności Respect Energy, a więc odpowiedzialności, świadomej konsumpcji oraz tytułowego szacunku zarówno do społeczeństwa, jak i środowiska naturalnego. Dzięki historiom naszym klientów jesteśmy w stanie jeszcze szerzej komunikować tak istotne we współczesnym świecie obszary spoglądania na rynek i wyzwania klimatyczne – **podkreśla Julia Piątkowska, Head of Marketing and Communication w Respect Energy.**

[Na kanale YouTube oraz stronie internetowej Respect Energy pojawił się już pierwszy z trzech filmów](https://www.youtube.com/watch?v=xBJXZd6iY6Y), który w pełnej wersji ma blisko 45 sekund. Kolejne warianty (skrócone do 30 lub 15 sekund) zostaną opublikowane na social mediach spółki, a także w formie reklam. Projekt ma potrwać 3 miesiące.

W materiale wystąpił Jarosław Frączek – Dyrektor Departamentu Nieruchomości i Administracji BNP Paribas Bank Polska, jednego z odbiorców zielonej energii od Respect Energy. W grupie około 12 tys. klientów spółki są zarówno małe, średnie, jak i duże przedsiębiorstwa, w tym Stadion Wrocław oraz od 1 stycznia 2022 roku – T-Mobile Polska.

– Transparentna komunikacja w branży energetycznej to klucz do przybliżenia społeczeństwu faktycznego wkładu sektora w walkę z widmem katastrofy klimatycznej. Chcemy, aby testimoniale naszych klientów były istotnym głosem w dyskusji o przyszłości całej planety, który odbije się głośnym echem w świadomości zarówno konsumentów, jak i przedsiębiorców – **dodaje Sebastian Jabłoński, Prezes Respect Energy.**

Realizację projektu wspierała warszawska agencja marketingowa i PR-owa Media Forum.

**Link do filmu**: <https://www.youtube.com/watch?v=xBJXZd6iY6Y>