**Kocour jako oběť digitálních technologií v nové kampani MONETA Money Bank**

**Praha, 27. ledna** – MONETA Money Bank spouští kampaň na podporu půjček, v níž hlavní roli hraje opět kocour. Za novým konceptem stojí agentura Havas, která s ním loni zvítězila v tendru šesti agentur. Kampaň, která má kromě prodeje půjček podpořit i digitalizaci služeb a produktů MONETA Money Bank, přibližují kreativní ředitelé agentury Jakub Kolářík a Petr Čech: *„Náš koncept odpovídá na otázku, jestli kocour dokáže unést digitální positioning značky. Když se digitalizuje svět, není důvod, aby se digitalizoval i kocour. Ten naopak s veškerou digitalizací musí nesouhlasit, čímž si udrží konzistentnost svého charakteru a zároveň tím vypíchne všechny benefity, které digitální bankovnictví přináší páníčkovi.“*

V příběhu nazvaném Chytrá domácnost se kocour s typicky sarkastickým komentářem zkouší vypořádat s nástrahami digitálních technologií, na které si páníček půjčil v aplikaci Smart Banka ve svém mobilu. Ta je vlastně nepřímým zdrojem páníčkova potěšení i kocourova „utrpení“.

Kampaň běží od 24. ledna v TV, online a outdooru. Režie spotu se ujal Tomáš Bařina v produkci Boogie Films. Zvukovou signaturu s jednoduchou chytlavou melodií zkomponoval Ondřej Dvořák.

**Autoři kampaně**

Creative Director: Jakub Kolářík, Petr Čech

Copywriter: Petr Čech, Zdenek Buchtela

Art Director: Jakub Kolářík, Pavel Slováček

Produkce: Tereza Letfusová

Account Director: Lenka Beránková