**Zostań EKObohaterem – kampania BIC na powrót do szkoły**

**W tegorocznej komunikacji w okresie powrotu do szkoły firma BIC stawia na przekaz ekologiczny i promuje produkty szkolno-biurowe z surowców wtórnych z linii BIC ECOlutions. Ambasadorami kampanii zostali dziecięcy influencerzy z popularnego kanału na YouTube „Zaczarowany Świat Sary”.**

**W tegorocznej komunikacji w okresie powrotu do szkoły firma BIC stawia na przekaz ekologiczny i promuje produkty szkolno-biurowe z surowców wtórnych z linii BIC ECOlutions. Ambasadorami kampanii zostali dziecięcy influencerzy z popularnego kanału na YouTube „Zaczarowany Świat Sary”.**

W akcji pod hasłem Zostań EKObohaterem BIC inspiruje do zmiany codziennych nawyków na bardziej ekologiczne. Przekonuje, że warto każdego dnia zmieniać drobne czynności na bardziej przyjazne dla środowiska, by mieć wpływ na poprawę stanu naszej planety.

Każdy może zostać EKObohaterem, metodą małych kroków wcielając w życie proste zasady – to kluczowy przekaz kampanii, adresowanej do najmłodszych użytkowników w wieku szkolnym i ich rodziców. Dzięki współpracy z Sarą i Wiktorem z kanału na YouTube „Zaczarowany Świat Sary”, marka dociera do swoich odbiorców w formie atrakcyjnej dla dzieci z pokolenia alfa.

W zaplanowanych działaniach, które obejmą m.in. kampanię z influencerami, komunikację na łamach prasy i w punktach sprzedaży, promowane są produkty szkolno-biurowe z ekologicznej linii BIC ECOlutions – długopisy, ołówki, kredki, markery, kleje i korektory, wykonane w 35% do 100% z surowców wtórnych. Komunikację uzupełnią działania PR oraz aktywacje w sklepach, dedykowane materiały POS, w tym spektakularne ekspozycje.

Kampania potrwa do końca września br. Komplet informacji o akcji oraz dodatkowe aktywności dla konsumentów można znaleźć na stronie [www.zostanEKObohaterem.pl](http://www.zostanEKObohaterem.pl).

Kreacje na potrzeby działań w prasie i digitalu, serwis kampanii, materiały POS oraz aktywacje konsumenckie przygotowała agencja Columbit. Za działania PR i kampanię z influencerami odpowiada Kolterman Media Communications.

\*\*\*

BIC® **–** światowy lider w kategorii produktów szkolno-biurowych, zapalniczek i maszynek do golenia wnosi prostotę i radość do codziennego życia. Od ponad 75 lat zapewnia wysokiej jakości produkty w przystępnej cenie, które są dostępne dla konsumentów na wyciągnięcie ręki. Na przestrzeni lat BIC® stał się jedną z najbardziej rozpoznawalnych marek oraz znakiem towarowym zarejestrowanym na całym świecie. Dziś produkty BIC sprzedawane są w ponad 160 krajach świata, a wśród kultowych marek znajdziemy: BIC Kids™, BIC FlexTM, BodyMark by BICTM, Cello®, Djeep, Lucky Stationery, Rocketbook, Soleil®, Tipp-Ex®, Us. TM, Wite-Out® i inne. W 2020 roku sprzedaż netto BIC wyniosła 1627,9 mln euro. Spółka jest notowana na „Euronext Paris”, wchodzi w skład indeksów SBF120 i CAC Mid 60 i jest doceniana za swoje zaangażowanie w zrównoważony rozwój i edukację. Aby uzyskać więcej informacji, odwiedź [about.bic.com](https://us.bic.com/en_us/about_bic) lub śledź nas na [LinkedIn](https://www.linkedin.com/company/bic), [Instagram](https://www.instagram.com/bic_group/)ie, [Twitter](https://twitter.com/BicGroup)ze, lub [YouTube](https://www.youtube.com/channel/UCuB7Gpwv0fJZWzYy2lJNZOg)