Warszawa, 13 września, 2021.

Informacja prasowa

**Przyjemność dla pupila, wygoda dla właściciela – ZOOPLUS w swojej nowej kampanii pokazuje świat oczami zwierząt i tym zachęca właścicieli do korzystania z zakupów online.**

Ostatni rok był wyjątkowy po wieloma względami. Pandemia COVID-19 przyniosła znaczące zmiany w nawykach konsumentów, czego przykładem może być wyraźnie dostrzegalny zwrot w kierunku zakupów w sieci. Jak wynika z raportu Gemius: ‘E-commerce w Polsce w 2020’, w ubiegłym roku już 73 proc. badanych internautów chociaż raz dokonało zakupu online – to aż o 11% więcej, niż w roku 2019. Powtarzające się okresy lockdownu, zamknięte sklepy i galerie handlowe, obawa przed zakażeniem się, nie sprzyjały robieniu zakupów w sklepach stacjonarnych.

*Dlatego tak ważna stała się szeroka oferta wyspecjalizowanych sklepów internetowych, do których należy zooplus. Klienci poszukujący miejsca, w którym mogliby dokonać bezpiecznych zakupów dla swoich czworonożnych przyjaciół przekonali się, że w tych trudnych czasach zooplus może im zaoferować praktycznie wszystko, czego ich zwierzęta potrzebują w codziennym życiu*: *począwszy od posłań i legowisk, przez zabawki czy inne akcesoria, po najwyższej jakości karmę* – komentuje Barbara Sadowska z zooplus.

Lockdown sprawił też, że więcej czasu zaczęliśmy spędzać w domu, z czego na pewno ucieszyły się nasze zwierzęta. Psy mogły korzystać z częstszych spacerów, koty z całodziennego rozpieszczania. Mieliśmy jako opiekunowie częstszą możliwość obserwowania, jak wielką ciekawością i chęcią odkrywania świata charakteryzują się nasze zwierzęta. To właśnie ta fascynująca cecha została przedstawiona w spotach nowej kampanii zooplus.

*Każdy, kto mieszka ze zwierzakami wie, że są one tak samo ciekawskie, a czasami nawet bardziej, niż ludzie. Dotyczy to zarówno psów, kotów, papużek, jak i żółwi czy chomików. Naszą kampanią chcemy zwrócić uwagę na te potrzeby i zachęcić konsumentów do ich wspólnego odkrywania z zooplus* – podkreśla Barbara Sadowska, Managing Director zooplus Polska.

Firma zachęca do eksplorowania bogatej oferty swojego sklepu internetowego i nabywania nowych produktów dla swoich pupili. Promuje też wygodę i szybkość zakupów online.

*Nasz szeroki asortyment oraz szybka dostawa sprawiają, że zakupy w zooplus są proste i wygodne. Z nami konsumenci zaspokoją praktycznie wszystkie potrzeby swoich pupili, a zaoszczędzony czas mogą spędzić razem, na spacerach czy wspólnej zabawie –* dodaje Barbara Sadowska.

Kampania zooplus startuje 13 września i potrwa do końca października 2021 roku. Powstałe w ramach akcji spoty będą emitowane w TV oraz online i na kanale YouTube zooplus.

Za strategię komunikacji odpowiadają agencje Liquid Thread i Spark Foundry, a za wsparcie PR, agencja MSL.

**Kontakt z ZOOPLUS:**

[press\_pl@zooplus.com](mailto:press_pl@zooplus.com)

**O ZOOPLUS:** Firma zooplus rozpoczęła swoją działalność w czerwcu 1999 r., z roku na rok powiększając grono stałych i usatysfakcjonowanych klientów. Obecnie zooplus działa na terenie ponad 30 państw Europy m.in: Niemiec (sklep macierzysty, założony w czerwcu 1999 roku), Wielkiej Brytanii, Francji czy od 2007 – Polski. W kolejnych latach firma zbudowała swoją obecność m.in. w Szwajcarii, Szwecji, Chorwacji, Portugalii, Norwegii czy Grecji.

W sierpniu 2021 r. spółka zooplus została wykupiona przez amerykański fundusz Hellman & Friedman za kwotę 3,5 miliarda dolarów.

W 2017 spółka zooplus Polska otrzymała certyfikat „Jakość usług Opineo”. Sklep oznaczony Znakiem Jakości Q to sklep o sprawdzonej reputacji, który sukcesywnie podnosi poziom świadczonych usług.