**Meble wypoczynkowe w najnowszej kampanii Black Red White „Żyj wygodnie!”**

**„Żyj wygodnie” – pod takim hasłem wystartowała najnowsza kampania marki Black Red White. Tym razem największa grupa meblarska w Polsce promuje szeroką ofertę mebli wypoczynkowych, dzięki którym każdy może stworzyć idealną przestrzeń relaksu.**

Meble tapicerowane to jedna z największych kategorii produktowych na rynku meblarskim w Polsce. Według badań przeprowadzonych przez Kantar TNS, aż 49% Polaków planuje w 2018 roku kupić nowy mebel i będzie to komoda / szafka (27%), meble kuchenne (26%) lub właśnie meble tapicerowanie (22%)[[1]](#footnote-1). Wygodny mebel wypoczynkowy to bardzo istotny punkt w każdym domu. Sofa w salonie często staje się azylem, miejscem spotkań z rodziną i znajomymi lub po prostu miejscem do pracy czy relaksu.

W najnowszej kampanii marka Black Red White zachęca swoich klientów do relaksu i celebracji chwil spędzonych razem. Akcja spotu reklamowego (30’) toczy się w przestronnym salonie, w którym centralne miejsce zajmuje wygodny wypoczynek – sofa, fotele, a także legowisko dla psa. Sofa jest obiektem zainteresowania nie tylko pięcioosobowej rodziny, ale także domowego pupila – Barona, który również nie może oprzeć się jej wygodzie. Marka podkreśla w ten sposób, że strefa wypoczynku to wyjątkowa przestrzeń dla każdego. Miejsce, które łączy i pozwala wspólnie spędzać czas.

*Salon to szczególne miejsce w Domu, które gromadzi całą rodzinę, a sofa jako centralny punkt tego pomieszczenia sprzyja rozmowom i wspólnemu relaksowi. Z tego względu nasza najnowsza kampania skupia się na pokazaniu emocji i radości rodzinnego życia, a także codzienności, z którą mogą identyfikować się nasi konsumenci* – mówi Hubert Olczak, Marketing Manager marki Black Red White.

Szeroka oferta mebli wypoczynkowych Black Red White obejmuje komfortowe fotele, sofy, narożniki, narożniki modułowe, wersalki, a także pufy. Wśród dziesiątek różnorodnych modeli mebli każdy może znaleźć coś dla siebie. Wybrane produkty wyposażone są w funkcje spania, pojemniki na pościel czy regulowane zagłówki. Kolorystykę swojego wypoczynku można wybrać spośród **295 różnych wariantów tkanin dostępnych w ofercie**.

W ramach kampanii emitowane będą spoty telewizyjne (30’ i 15’). Wspierają ją również aktywności zaplanowane w mediach społecznościowych, prasie, Internecie, OOH oraz niestandardowe działania ambientowe, koordynowane przez agencję Dobra Produkcja. Spot powstał przy współpracy Deloitte Digital z FCB Bridge2Fun, realizacja spotów TV leżała po stronie domu produkcyjnego Film Produkcja, planowaniem i zakupem mediów zajął się dom mediowy Havas Media, a działania PR koordynuje H+K Strategies.

**BLACK RED WHITE**

Black Red White to największa polska grupa meblarska, producent i dystrybutor mebli oraz artykułów wyposażenia wnętrz z ok. 20% udziałem w rynku pod względem wartości sprzedaży.

Już od ponad 25 lat Black Red White proponuje najbardziej rozbudowaną ofertę wyposażenia wnętrz dostępną na rynku - wysokiej jakości meble pokojowe, kuchenne, tapicerowane oraz stoły i krzesła. Wyróżnia je funkcjonalność, nowoczesne rozwiązania technologiczne oraz atrakcyjne i urozmaicone wzornictwo. Dopełnieniem bogatej oferty meblowej są dodatki - tekstylia, oświetlenie, dekoracje, dywany oraz akcesoria niezbędne w łazience, kuchni, garderobie czy jadalni.

W skład Grupy Kapitałowej wchodzi BLACK RED WHITE S.A. i 21 spółek zależnych, w tym 11 podmiotów zagranicznych zlokalizowanych na Ukrainie, Białorusi, Słowacji, Węgrzech, w Rosji oraz Bośni i Hercegowinie. Działalność produkcyjna na rzecz Black Red White prowadzona jest w 21 zakładach produkcyjnych w Polsce i za granicą.

1. Kantar TNS, *Struktura rynku meblowego*, N=941, 2017r. [↑](#footnote-ref-1)