

**Informacja dla mediów**

Warszawa, listopad 2018 r.

**Z produktami IKEA Święta będą jeszcze bardziej magiczne.**

**Rusza zimowa kampania IKEA.**

**Na początku listopada rozpoczęła się świąteczna odsłona kampanii IKEA. W tym roku marka udowadnia, że magia Świąt jest na wyciągnięcie ręki – każdy z nas już teraz
z łatwością może stworzyć wyjątkową atmosferę w swoim domu.**

W zimowej komunikacji IKEA chce przypomnieć, że tak naprawdę niewiele trzeba, by świąteczny czas nabrał jeszcze więcej uroku i magii.

*Tegoroczna odsłona kampanii zwraca uwagę na to, że już drobne dodatki mogą stworzyć miejsce, w którym zdystansujemy się do codzienności, będziemy mogli cieszyć się chwilą oraz bajkowym nastrojem. Proponowane rozwiązania IKEA, jak za dotknięciem czarodziejskiej różdżki, pomagają stworzyć wyjątkową atmosferę w każdym wnętrzu i sprawiają, że ponownie możemy spojrzeć na świat oczami dziecka* – mówi Karolina Skalik, Communication Leader w IKEA Retail w Polsce*.*

Kluczową częścią kampanii jest 30-sekundowy spot, którego bohaterem jest mały chłopiec. Przedstawiona historia udowadnia, że poprzez przedświąteczny pęd możemy zapomnieć o tym, co wtedy jest najważniejsze. O radości z małych rzeczy przypomina jednak nieograniczona wyobraźnia dziecka. Spot pełen jest kolorów, światła i bajkowych nawiązań, dokładnie tak jak jesienno-zimowe nowości z asortymentu IKEA oraz świąteczna kolekcja VINTER.

*Jako IKEA chcemy inspirować Polaków i odpowiadać na ich potrzeby. Dlatego też zachęcamy do korzystania z funkcjonalnych rozwiązań dla domu, dzięki którym życie naszych najbliższych, może stać się wygodniejsze i piękniejsze, a czasem nawet magiczne* – dodaje Filip Fiedorow, Dyrektor Marketingu w IKEA Retail w Polsce.

Kampanii towarzyszą również spoty produktowe. Marka udowadnia, że wszystko, czego potrzebujemy w te Święta, znajdziemy w IKEA. Dodatkowe aktywności w ramach zimowej kampanii marka przygotowała na grudzień.

Spot wizerunkowy: <https://www.youtube.com/watch?v=WpylGqOhg1w&feature=youtu.be>

Spot produktowy: <https://www.youtube.com/watch?v=lDgLgMJF9PY&feature=youtu.be>

Za kreację, strategię i koncept kreatywny kampanii (w tym produkcję spotów do TV) odpowiada agencja Saatchi&Saatchi IS. Produkcją spotów telewizyjnych zajął się TANK. Kampanię w digitalu i social mediach całościowo przygotowała agencja VMLY&R Poland. Za produkcję video contentu odpowiada MAKATA. Aktywacje z influencerami prowadzone są przez Hash.fm, a za komunikację PR odpowiada Garden of Words. Zakup mediów do kampanii koordynuje w całości dom mediowy Wavemaker.

Klient: IKEA Retail

Agencja: Saatchi&Saatchi IS / VMLY&R Poland

Dom mediowy: MEC / Wavemaker

Reżyser: Marcin Filipek

Dop: Marek Sanak

Produkcja: TANK / Digital: MAKATA

Scenografia: IKEA – Agnieszka Sobecka / Olak&Brudz SetDesign / Joelle Czajkowski

Postprodukcja: Lunapark Motion Arts Collective

Lektor: Ewa Szlachcic

IKEA. Niech Żyje Dom!

[www.ikea.pl/katalog](https://onlinecatalogue.ikea.com/PL/pl/IKEA_Catalogue/%22%20%5Cl%20%22/pages/1)

#niechzyjedom

Nazwa marki IKEA to akronim – skrót utworzony kolejno z pierwszych liter imienia i nazwiska założyciela firmy oraz nazw farmy i parafii, skąd pochodzi (Ingvar Kamprad Elmtaryd Agunnaryd).

Wizją IKEA jest tworzenie lepszego codziennego życia dla wielu ludzi. Oferujemy funkcjonalne i dobrze zaprojektowane artykuły wyposażenia domu, które łączą jakość i przystępną cenę. Działamy w zgodzie ze zrównoważonym rozwojem, realizując strategię People & Planet Positive.

Grupa Ingka w Polsce posiada obecnie jedenaście sklepów oraz dziewięć innych stacjonarnych punktów spotkań
z klientem, m.in. Centrum IKEA dla Firm, Punkty Odbioru Zamówień. Poprzez Ingka Centres Polska zarządza pięcioma centrami handlowymi. Zlokalizowane w Jarostach k. Piotrkowa Trybunalskiego Centrum Dystrybucji zaopatruje 23 sklepy IKEA w Europie Środkowej i wschodniej. Do Grupy Ingka w Polsce należy również sześć farm wiatrowych, które zapewniają jej niezależność energetyczną.

W roku finansowym 2018 prawie 29 mln osób odwiedziło polskie sklepy IKEA, a strona IKEA.pl odnotowała ponad 97 mln wizyt.

\*Grupa Ingka, dawniej znana jako Grupa IKEA, jest największym franczyzobiorcą IKEA. Na całym świecie zarządza 367 sklepami w 30 krajach i zatrudnia 158 500 pracowników. Nazwa Ingka powstała od nazwiska założyciela IKEA – Ingvara Kamprada.

**Dodatkowych informacji udziela:**

Małgorzata Jezierska

Specjalista ds. PR

E-mail: malgorzata.jezierska@ikea.com