

**Informacja dla mediów**

Warszawa, kwiecień 2019 r.

**IKEA planuje testowanie usługi leasingu mebli na całym świecie w 2020 roku. W Polsce pierwsze testy rozpoczną się już w tym roku!**

**Grupa Ingka zamierza przetestować potencjalne oferty leasingu mebli, aby wesprzeć klientów w nabywaniu produktów IKEA, dbaniu o nie i przekazywaniu ich dalej w bardziej zrównoważony sposób. Koncepcja mebli jako usługi jest odpowiedzią na przeprowadzone badania konsumenckie. Ich celem było określenie, w jaki sposób firma może odpowiadać na potrzeby klientów zgodnie z zasadami gospodarki o obiegu zamkniętym.**

Do końca 2020 roku testy nowych sposobów oferowania produktów i usług IKEA zostaną uruchomione na wszystkich 30 rynkach, na których Grupa Ingka prowadzi działalność. Koncept mebli jako usługa to więcej niż tylko metoda finansowania. To kompleksowa oferta leasingu oparta na subskrypcji, która umożliwia klientom użytkowanie mebli, bez konieczności ich zakupu na własność. Jednocześnie pozwala firmie pozostać właścicielem produktu, co umożliwia jego wielokrotne wykorzystywanie, zanim w całości lub w części zostanie poddany recyklingowi pod koniec jego życia.

Wspomniane testy są kolejnym krokiem w realizacji globalnej strategii zrównoważonego rozwoju IKEA. Jednym z jej priorytetów jest rozwój działalności biznesowej IKEA w taki sposób, by od 2030 firma mogła ją prowadzić w pełni w oparciu o zasady gospodarki obiegu zamkniętego i w sposób przyjazny dla klimatu. IKEA dąży do tego m.in. poszukując i wprowadzając działania mające na celu maksymalizację wykorzystania produktów wyposażenia domu poprzez odnawianie, nadawanie im kolejnych żyć, ponowne wykorzystanie komponentów i recykling materiałowy. W 2018 roku w IKEA na całym świecie przepakowano 8,7 milionów produktów, które dzięki temu, zamiast zostać zutylizowane, mogły ponownie wrócić do sprzedaży. Zrealizowano również ponad 1 milion zamówień na części zamienne, by ułatwić naprawę produktów i zapewnić im dłuższą żywotność.

*Przyszły sukces IKEA będzie zależał od naszej zdolności do przekształcania i ulepszania naszego modelu biznesowego we wszystkich aspektach. Testowanie szans i możliwości związanych z ofertami leasingowymi jest jednym z wyzwań, które stawiamy przed sobą w ramach naszej strategii transformacji, stając się bardziej przystępną cenowo, dostępną i zrównoważoną firmą. Zmiany klimatu oraz niezrównoważona konsumpcja to jedne z naszych największych wyzwań, przed którymi stoimy jako społeczeństwo. Rozwijanie biznesu w ten sposób dowodzi, jak ciężko pracujemy nad realizacją naszej wizji tworzenia lepszego codziennego życia dla wielu ludzi -* mówi Jesper Brodin, prezes Grupy Ingka.

Polska jest jednym z czterech pierwszych rynków (razem z Holandią, Szwajcarią i Szwecją), gdzie rozpoczęła się już faza eksploracji i badań oraz przygotowywane są pierwsze potencjalne modele ofert subskrypcji, które będą testowane. Celem testów będzie zweryfikowanie, czy w zaproponowanej formie odpowiadają one na potrzeby klientów i obecne wyzwania, z jakimi borykają się w życiu w domu, a także sprawdzenie, czy umożliwiają one jednocześnie bardziej zrównoważony sposób konsumpcji produktów i usług. Oceniania będzie także atrakcyjność ofert dla klientów, ich wykonalność oraz rentowność.

*Proces eksploracji i badań konsumenckich, które prowadzimy w Polsce wskazuje, że Polki i Polacy nawiązują emocjonalną więź z rzeczami, którymi się otaczają, a waga idei posiadania jest dla nich kluczowa ze względu na historyczne restrykcje związane z własnością prywatną. To powoduje, że po pierwsze rozstawanie się z posiadanymi rzeczami jest dla nas trudne – w rezultacie przechowujemy przedmioty, których już nie używamy lub nie potrzebujemy, często o nich zapominając – a po drugie, pożyczanie powoduje dyskomfort, ze względu na poczucie wzmożonej odpowiedzialności za rzeczy, które do nas nie należą. Pomimo tego, z łatwością udało na się zidentyfikować grupy ludzi, którzy byliby potencjalnie zainteresowani używaniem mebli bez konieczności stawania się ich właścicielami.* – mówi Agata Czachórska, Liderka Projektu Circular IKEA w Polsce. I dodaje: *Dlatego właśnie obecnie pracujemy nad stworzeniem atrakcyjnej oferty dla wybranej grupy klientów, którzy dostrzegają korzyści płynące z możliwości użytkowania bez posiadania. Rozważamy różne modele subskrypcji mebli, biorąc pod uwagę nie tylko zróżnicowane formy finansowania dla klientów indywidualnych, ale także dodatkowe usługi wchodzące w skład kompleksowej oferty. Na ten moment planowane testy skupią się na nieruchomościach, w których znajdują się powierzchnie do wynajęcia oraz potencjalni klienci, zainteresowani wypożyczaniem mebli na zasadzie subskrypcji*.

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 siedem 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:**

Paulina Nesteruk

Kierownik ds. Komunikacji Zewnętrznej

E-mail: PRPL@IKEA.com