

**Informacja dla mediów**

 Warszawa, październik 2019 r.

**Kolekcja IKEA SAGOSKATT
– zaprojektowana przez dzieci dla dzieci i dla lepszej przyszłości**

**Już szósty rok z rzędu IKEA prezentuje serię SAGOSKATT, która jest rezultatem corocznej kampanii społecznej marki „Zabawa to poważna sprawa”. Grupa kreatywnych małych projektantów przelała wyobrażenie swojego pluszowego przyjaciela na papier. Na podstawie rysunków powstały prawdziwe pluszaki, które weszły w skład limitowanej kolekcji. Seria SAGOSKATT będzie dostępna w sklepach IKEA od 28 października bieżącego roku.**

SAGOSKATT to urocza kolekcja pluszaków zaprojektowanych przez małych artystów. Jest efektem kampanii IKEA „Zabawa to poważna sprawa”, która ma na celu podniesienie świadomości na temat prawa każdego dziecka do zabawy, jej znaczenia w codziennym życiu oraz korzyści, jakie za sobą niesie. Dzięki niej najmłodsi uczą się, rosną i rozwijają, a dom może stać się do tego najlepszym miejscem.

W zeszłorocznym konkursie rysunkowym wzięło udział aż 87 000 autorów z 50 krajów w tym ponad 2100 z Polski. Sześcioro zwycięzców zaprojektowało kreatywną i wesołą drużynę: ogórka, czerwonego robota, malutką tęczę w skarpetkach, małego potwora, żyrafę oraz myszkę z balonami.

*Jak co roku dokonanie wyboru nie było łatwe – otrzymaliśmy mnóstwo niesamowitych i kreatywnych rysunków! Ale wybraliśmy zwycięzców i jesteśmy z tego bardzo zadowoleni: postacie wyglądają zabawnie i uroczo!* – mówi Jorge Santoyo Henaine, specjalista ds. rozwoju produktu, IKEA dla Dzieci.

Kolekcja SAGOSKATT nie tylko zachęca do rozwijania wyobraźni i kreatywności, ale również wspiera działania na rzecz przyszłości. Mali twórcy, projektując swoje zabawki, pomagają jednocześnie innym dzieciom. W Polsce całkowity dochód ze sprzedaży serii zostanie po raz kolejny przekazany na granty z przeznaczeniem na inicjatywy proekologiczne w konkursie, który zostanie ogłoszony już wkrótce dla lokalnych organizacji.

W listopadzie 2019 r. rusza kolejna edycja konkursu rysunkowego dla dzieci na nowe projekty zabawek SAGOSKATT, a każdy rysunek ma znów szansę stać się prawdziwym pluszakiem. Akcja będzie trwała od 4 do 24 listopada br. Wytypowanych zostanie 15 laureatów lokalnych, których prace wezmą udział w międzynarodowym finale, gdzie wyłonionych zostanie 6 zwycięzców.

W trakcie trwania kampanii „Zabawa to poważna sprawa” w sklepach IKEA będą miały miejsce różne aktywności dla najmłodszych. W kilku sklepach powstaną między innymi Eko–studia MÅLA, przestrzenie gdzie mali artyści będą mogli wyrazić swoją kreatywność, używając kartonów i innych surowców, które przeważnie są wyrzucane, np. skrawków tkanin oraz przyborów do malowania
i rysowania, by tworzyć swoje nowe dzieła. Chwile dla „Małego ja”, to natomiast strefy, gdzie dzieci będą mogły się bawić i testować asortyment IKEA. Jedną z atrakcji stanie się również Szlak Rekinów polegający na znalezieniu pluszowego rekina BLÅHAJ, bohatera mediów społecznościowych, ukrytego na terenie sklepu.

Dodatkowym elementem kampanii marki jest kontynuacja wieloletniej akcji, polegającej na zbiórce pluszaków i zabawek lokalnie. Odbędzie się ona przy wyjściu ze sklepów IKEA, a jej efekty zostaną przekazane lokalnej organizacji działającej na rzecz najmłodszych.

Seria SAGOSKATT dostępna będzie w sklepach IKEA na terenie całej Polski od 28 października br. do wyczerpania zapasów. Szczegóły na temat kolekcji znajdują się w ilustrowanych materiałach prasowych.

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 IKEA i pięć Punktów Odbioru Zamówień, które zarządzane są przez IKEA Retail. Jest również właścicielem pięciu centrów handlowych zarządzanych przez Ingka Centres Polska oraz zlokalizowanego w Jarostach k. Piotrkowa Trybunalskiego Centrum Dystrybucji zaopatrującego 23 sklepy IKEA w Europie Środkowej i Wschodniej. Do Grupy Ingka należy również sześć farm wiatrowych w Polsce, które wytwarzają więcej energii odnawialnej, niż roczne zużycie energii związane z działalnością IKEA na polskim rynku.

W roku finansowym 2019 ponad 30 mln osób odwiedziło polskie sklepy IKEA, a strona IKEA.pl odnotowała ponad 118 mln wizyt.

\*Grupa Ingka, dawniej znana jako Grupa IKEA, jest największym franczyzobiorcą IKEA. Na całym świecie zarządza 374 sklepami
w 30 krajach. Nazwa Ingka powstała od nazwiska założyciela IKEA – Ingvara Kamprada.

**Dodatkowych informacji udziela:**

Małgorzata Jezierska

Specjalista ds. PR

E-mail: malgorzata.jezierska@ikea.co**m**