

**Informacja dla mediów**

Warszawa, kwiecień 2021 r.

**Odkryj z IKEA swoją przestrzeń na nowo**

**Czasami wystarczy zmienić niewiele, aby odmienić dom i pozytywnie wpłynąć na naszą codzienność oraz planetę. Nie trzeba od razu zaczynać remontu. Małe usprawnienia połączone ze sprytnymi dodatkami mogą w zupełności wystarczyć, żeby cieszyć się funkcjonalnym i wygodnym wnętrzem. Z nową sezonową ofertą od IKEA odkrycie swojej przestrzeni na nowo to dużo łatwiejsze zadanie.**

W ostatnim roku większość czasu spędzamy w domu i możemy wykorzystać ten okres, by czerpać z niego wiele radości. Niewielkie zmiany mogą otworzyć szereg kolejnych możliwości   
i pomóc nam w pełni docenić potencjał własnych czterech kątów. IKEA podpowiada innowacyjne, niedrogie sposoby, które usprawnią życie w domu, jednocześnie dbając   
o środowisko. Wprowadzenie do wnętrza systemów do przechowywania szybko je uporządkuje i nada mu większej funkcjonalności. Z kolei kolorowe dodatki ożywią wystrój   
i w jednej chwili pozwolą nam poczuć się jak na wytęsknionej plaży czy w letnim barze,   
a przedmioty w jasnych, letnich barwach, rozjaśnią przestrzeń i pomogą uzyskać spójny wygląd. Od teraz leniwe popołudnia sprawią jeszcze więcej radości!

**Jak prawdziwy szef kuchni**

Nowy sezon to idealna okazja do uporządkowania serca domu – kuchni. Według badania przeprowadzonego przez Think Forward dla IKEA Polska[[1]](#footnote-1) Polacy cenią sobie, gdy ich kuchnia jest funkcjonalna oraz praktyczna. Wynika to z faktu, że u większości z nas jest to niewielkie pomieszczenie, mające średnio 9,8 m2. Przygotowanie posiłków może być przyjemne niezależnie od wymiarów wnętrza, dzięki jego odpowiedniemu zagospodarowaniu, np. poprzez zawieszenie na ścianie kratki **KUNGSFORS**, wyposażonej w szyny i haki. Jest to niezwykle łatwe rozwiązanie, któresprawi, że przestrzeń nabierze atrakcyjnego wyglądu i na blacie zwolni się cenne miejsce. Na nowo spójrzmy także na zieleń w domu. Kto powiedział, że rośliny trzeba hodować tylko na parapecie? Wózek na kółkach **RISATORP**,na którym można umieścić zioła,będzie podążał z kucharzem, dzięki czemu wszystkie niezbędne dodatki zawsze znajdą się pod ręką. Ustawione na nim przyprawy będą się pięknie prezentowały, a jego mobilność pozwoli nam poczuć się jak w kuchni pięciogwiazdkowej restauracji.

Nowa pora roku to dobry czas, żeby zatroszczyć się o nas samych i o środowisko. Gdy wybieramy się po świeże warzywa i owoce do pysznej letniej sałatki, pamiętajmy o zabraniu ze sobą przewiewnej siatki **KUNGSFORS** ze 100% bawełny. Dzięki temu żywność zawsze będzie   
w dobrej kondycji. W tym sezonie postawmy także na recykling i pod zlewem umieśćmy kosz   
z pokrywką **HÅLLBAR**, który pomoże odpowiednio przechowywać odpadki oraz ścinki na kompost, czy ułatwi segregację frakcji bio.

**Łazienka przyjazna środowisku**

Troska o planetę nigdy nie wychodzi z mody. Szczególnie latem łatwo wdrożyć w życie proste rozwiązania, mające pozytywny wpływ na nasze otoczenie. Rozwieszając pranie na suszarce **MULIG**,pozwalamy mu schnąć naturalnie oraz oszczędzamy energię. Co więcej, stojak zmieści się nawet w najmniejszej łazience, ponieważ łatwo można go złożyć i przenieść. Wprowadzenie zmiany w sposobie korzystania z wody także nie wymaga wysiłku – wystarczy zainstalować elegancką, minimalistyczną baterię **BROGRUND** z czujnikiem ruchu, która sama się uruchamia – nic prostszego!

Używanie jasnych barw poprawia nasz nastrój i pozwala lepiej zacząć dzień. Dlaczego nie zastosować tego pomysłu również pomieszczeniu do codziennej pielęgnacji? Ręcznik kąpielowy **MÅLSELVA**, wykonany z bawełny z bardziej zrównoważonych źródeł ożywi łazienkę, tak samo jak motyw ryb na zasłonie prysznicowej **VATTENSJÖN**. Zasłona może posłużyć nie tylko w trakcie kąpieli, ale możemy za nią ukryć, np. pralkę czy kosz na pranie. Dodatkowym atutem produktu jest wykonanie go ze 100% poliestru pochodzącego z recyklingu, m.in. butelek PET.

**Bar na plaży (…na własnym balkonie)**

Balkon to miejsce, w którym możemy się zrelaksować i odetchnąć świeżym powietrzem. Ponad połowa posiadaczy balkonów i tarasów w Polsce deklaruje, że uprawia tam kwiaty. Z kolei, co trzeci użytkownik jada tam posiłki[[2]](#footnote-2), warto więc zadbać o odpowiedni wystrój. 3-osobowa sofa ogrodowa **BRUSEN** pomieści domowników i gości, natomiast postawiony obok stół **TORPARÖ** pozwoli nam mieć pod ręką wszystko, co potrzebne w gorący dzień. Całość możemy ozdobić kolorowymi poduszkami **SÖTHOLMEN** i plażowy klimat gwarantowany! Potem nadchodzi romantyczny wieczór – jednym ruchem włączamy lampę LED **SOLVINDEN** i wyjątkowy nastrój gotowy.

Nowa, bogata w letnie inspiracje oferta dostępna będzie w IKEA od 1 kwietnia 2021 r.

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 IKEA i pięćdziesiąt dziewięć Punktów Odbioru Zamówień (łącznie   
z Punktami Mobilnymi), 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 32 sklepy IKEA na 11 rynkach. 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 2020 ponad 25 mln osób odwiedziło polskie sklepy IKEA, a strona IKEA.pl odnotowała ponad 154 mln wizyt.

\*Grupa Ingka, dawniej znana jako Grupa IKEA, jest największym franczyzobiorcą IKEA. Na całym świecie zarządza 378 sklepami   
w 31 krajach. Nazwa Ingka powstała od nazwiska założyciela IKEA – Ingvara Kamprada.

**Dodatkowych informacji udziela:**

|  |
| --- |
| Małgorzata Jezierska  Commercial PR & Communication Business Partner  E-mail: malgorzata.jezierska@ingka.ikea.com |

1. Badanie konsumenckie U&A, przeprowadzone przez IQS na zlecenie IKEA w listopadzie 2020 roku. Składało się   
   z obszernych badań ilościowych i jakościowych, reprezentatywne dla wszystkich PMA IKEA, str. 5 [↑](#footnote-ref-1)
2. Badanie konsumenckie U&A, przeprowadzone przez IQS na zlecenie IKEA w listopadzie 2020 roku. Składało się   
   z obszernych badań ilościowych i jakościowych, reprezentatywne dla wszystkich PMA IKEA, str. 12 [↑](#footnote-ref-2)