

**Informacja dla mediów**

Warszawa, wrzesień 2021 r.

**Są rzeczy ważniejsze niż rzeczy – nowa kampania IKEA**

**1 września br. IKEA wystartowała z nową kampanią zwracającą uwagę, że   
w domowym życiu najbardziej liczą się relacje z najbliższymi i przeżywanie emocji.   
O inne rzeczy w domu, przedmioty, które w nieuchwytny sposób pomagają skupić się na tym co najważniejsze, zadba IKEA.**

Na każdym etapie życia stojące przed ludźmi wyzwania są inne, dlatego IKEA tworzy produkty, które poprzez swoją funkcjonalność mają odpowiadać na zmieniające się   
z biegiem czasu potrzeby. Troska o dom oznacza również troskę o nas samych i nasze relacje, a otaczające przedmioty stają się narzędziem ułatwiającym życie. Dokładnie jak   
w najnowszej kampanii szwedzkiej marki, gdzie hasło „Witaj w lepszym domu!” nabiera jeszcze bardziej emocjonalnego znaczenia.

Czy rozmawiając o trudnych tematach, zastanawiamy się nad funkcjonalnością stołu, przy którym siedzimy? A spędzając czas z ukochanym, czy w ogóle zauważamy, jak wygląda pokój wokół nas? W takich sytuacjach zdecydowanie większe znaczenie ma to, o czym jest rozmowa, jakie płyną z niej doświadczenia oraz możliwość bycia „tu i teraz”. W najnowszym spocie IKEA meble i akcesoria wspierają bohaterów, jednak pozostają niewidoczne, bo nie są w nim najważniejsze. Stół staje się miejscem spotkania, schodki pomocą we wdrapaniu się na górę, a kubek gorącej herbaty nośnikiem uczucia. Fabuła przedstawia sytuacje   
z codziennego życia w domu – trudną rozmowę nastolatki z rodzicami, poznawanie młodszego braciszka, czy pełen namiętności pocałunek. Każda z postaci skupia się na tym, co czuje, nie na tym co ją otacza – rzeczy nie rozpraszają ich uwagi, mogą się stać niewidzialne, a emocje wychodzą na pierwszy plan.

Kampania jest zgodna z wizją i linią IKEA wspierania prawdziwego, codziennego życia   
w domu, łącząc je z potrzebami mieszkańców, nie tylko tymi racjonalnymi, ale także emocjonalnymi. To jednocześnie refleksja nad relacjami z najbliższymi w domach oraz mieszkaniach na całym świecie. Skupia się na osobistej hierarchii wartości, co obrazują krótkie sceny zawarte w filmach wideo.

Dom to życie, które się w nim toczy, to bliscy ludzie oraz chwile, które się razem przeżywa, historie, emocje – prawdziwe radości i smutki. W ważnych momentach nie myślimy   
o przedmiotach – nie musimy, bo to zadanie bierze na siebie IKEA, która dba o to, żebyśmy mogli skupić się na tym, co naprawdę ważne. Domowa przestrzeń urządzona zgodnie   
z własnymi potrzebami może w nieuchwytny sposób umacniać lepsze samopoczucie, bliskość, poczucie bezpieczeństwa, komfortu oraz szczęścia.

Witaj w lepszym domu!

**O kampanii**

Kampania rusza 1 września br. Obejmuje wiele formatów wideo, w tym 15- i 30-sekundowe spoty telewizyjne, 60”, 30”, 15” oraz 6” filmy w internecie. Akcja wspierana będzie   
w najbliższych miesiącach również poprzez szeroką kampanię display i komunikację   
w mediach społecznościowych. Idea kreatywna powstała w agencji Instinct Russia. Za reżyserię odpowiedzialny był rosyjski muzyk i filmowiec Ilya Naishuller. Z kolei o polską adaptację zadbała agencja VMLY&R, zakupem mediów zajęła się agencja Wavemaker,   
a komunikacją PR – agencja Garden of Words.

Link do spotu 60”: <https://www.youtube.com/watch?v=vrXBpN6lgmc>

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 dwanaście sklepów IKEA i 74 Punkty 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.

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

**Dodatkowych informacji udziela:**