

**Informacja dla mediów**

Warszawa, maj 2018 r.

**Mów do mnie… meblem IKEA
Pierwsza komunikacja w Polsce w technice ASMR**

**IKEA namawia Polaków do odpoczynku pierwszą w Polsce akcją wywołującą ASMR – przyjemne ciarki i uczucie zrelaksowania. Ten nietypowy sposób na odpoczynek ma już miliony entuzjastów na całym świecie. Głównymi bohaterami innowacyjnych działań są meble, ale w ujęciu, jakiego w Polsce jeszcze nie było. Całość została zrealizowana poprzez szepty i dźwięki wydobyte z materiałów,
z których stworzone są produkty IKEA. Działania wykorzystujące zjawisko ASMR są uzupełnieniem wiosennej kampanii marki zachęcającej do odpoczywania.**

Czteroliterowy skrót ASMR pochodzi od angielskiej nazwy *Autonomous Sensory Meridian Response*. W wolnym tłumaczeniu, chodzi o spontaniczną odpowiedź układu nerwowego na bodźce odnoszące się do różnych zmysłów i doznań. W praktyce jest to przyjemne uczucie mrowienia w okolicach głowy i szyi, wywołane przez tzw. wyzwalacze. Technika ta jest najczęściej wykorzystywana do relaksu i przy problemach z zasypianiem - słuchający, bez względu na tematykę filmu, odpoczywa.

*- Dzisiaj mówi się nam, że cały czas mamy być aktywni, być ciągle w biegu. A my wierzymy, że warto i wolno wypoczywać. Kiedy pozornie nie robisz nic, robisz bardzo wiele: ładujesz baterie, masz czas podjąć decyzję czy po prostu cieszyć się daną chwilą. Wykorzystując technikę ASMR, chcemy, aby odbiorca nie tylko zobaczył, ale też usłyszał i poczuł, że
z IKEA może pozwolić sobie na naturalny relaks* – mówi Bartosz Binczewski, Digital Marketing Leader w IKEA.

Fenomen ASMR nie został jeszcze dostatecznie przebadany, zwłaszcza jego powiązania ze złożonością ludzkiego umysłu. Zdobywa on jednak coraz większe zainteresowanie na wielu płaszczyznach, również w marketingu.

*- Są takie globalne trendy, których wykorzystanie w kampaniach marketingowych może być nieoczywiste. Takim trendem jest ASMR, który okazał się jednak być idealnym dopełnieniem naszej idei kreatywnej. Po raz pierwszy w Polsce i po raz pierwszy na taką skalę wykorzystaliśmy to zjawisko, tworząc kolejną odsłonę wiosennej kampanii z IKEA
o odpoczywaniu i nicnierobieniu. A wszystko po to, by zapewnić użytkownikom prawdziwą przestrzeń do relaksu* – mówi Patrycja Lukianow, Deputy Creative Director w Saatchi & Saatchi IS.

Działania wykorzystujące technikę ASMR, prowadzone w ramach wiosennej kampanii IKEA o odpoczywaniu obejmują głównie digitalowe media szerokozasięgowe: YouTube, Facebook, Instagram, stronę internetową marki oraz radio. Akcję otwiera fabularyzowany film na kanale YouTube Grupy Filmowej Darwin, którego kontynuacją jest video na kanale IKEA Polska - wypoczynkowa sesja ASMR z wykorzystaniem relaksacyjnego wpływu produktów IKEA i… nietypowym gościem. W niespełna 24h od premiery materiałów oba video znalazły się w zestawieniu aktualnie najbardziej popularnych filmów YouTube „Na czasie”. Dodatkowo na kanale YT dostępna jest lista kilkunastu nietypowych utworów - to prawie godzina skomponowanych dźwięków wydawanych przez meble i dodatki IKEA, dzięki którym odpoczniemy w niecodzienny sposób. Niestandardowo będzie można również doświadczyć produktów poprzez videoposty na Facebooku i Instastories oraz na stronie internetowej IKEA.pl.

Dodatkowe działania w ramach wiosennej kampanii IKEA o odpoczywaniu przygotowała agencja Saatchi & Saatchi IS z zespołem marketingu IKEA, przy współpracy z Tank Production, Black Rabbit, Hash.fm, Garden of Words, Ztudio&Burza oraz Grupą Filmową Darwin.

Materiały do tej pory opublikowane w ramach akcji:

* Materiał I „Potwory spod kanapy!": <https://www.youtube.com/watch?v=bioLWHiKiLQ>
* Materiał II „Wypoczynkowa sesja ASMR | Potwory spod kanapy cz. 2” <https://www.youtube.com/watch?v=d9bofQyWiSo>
* Lista utworów z dźwięków wydawanych przez meble i produkty IKEA: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLPmvKRbaPHmf7QUra7YlNSSBI5knG43PW>

IKEA. Niech Żyje Dom!
#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 IKEA w Polsce posiada obecnie dziesięć sklepów i zarządza pięcioma centrami handlowymi poprzez IKEA Centres Polska. Zlokalizowane w Jarostach k. Piotrkowa Trybunalskiego Centrum Dystrybucji zaopatruje 23 sklepy IKEA w Europie Środkowej i Wschodniej. Do Grupy IKEA w Polsce należy również sześć farm wiatrowych, które zapewniają jej niezależność energetyczną.

W roku finansowym 2017 ponad 28 mln osób odwiedziło sklepy IKEA, a strona [www.IKEA.pl](http://www.ikea.pl/) odnotowała ok. 91 mln wizyt.

**Dodatkowych informacji udziela:**

Małgorzata Jezierska

Specjalista ds. PR

e-mail: malgorzata.jezierska@ikea.com