

**Informacja dla mediów**

Warszawa, sierpień 2018 r.

**Każdy Dom jest inny, bo inni są jego domownicy.**

**Nowa kampania IKEA mówi o tym, jak ważne są relacje w domu.**

**Kampania komunikująca nowe wydanie Katalogu IKEA 2019 jest pierwszą   
w odświeżonej odsłonie platformy „Niech żyje dom”. Tegoroczna edycja katalogu jest wyjątkowa, gdyż pokazuje aranżacje całych domów, podzielonych ze względu na styl życia ich domowników, nie skupiając się już na modułowych i pojedynczych rozwiązaniach.**

Spot promujący nowy Katalog IKEA 2019 to emocjonalna historia pokazująca, że prawdziwe życie to także drobne domowe niesnaski, nieporozumienia i chwilowe rozejmy. Bohaterkami są matka i dorastająca córka, pomiędzy którymi panują zmienne relacje. Pojawiają się zarówno trudne, jak i wzruszające, pełne miłości momenty. Historię można podsumować jednym zdaniem: Niech żyje to, co między nami. Niech żyje dom!

Celem nowej odsłony platformy jest pokazanie, że każdy Dom jest inny - nie z powodu różnej powierzchni czy lokalizacji, ale dlatego, że wyjątkowi są jego domownicy. To oni ze swoimi indywidualnymi cechami tworzą dynamikę tego miejsca. To w domu jesteśmy najbardziej sobą – i dlatego czasami trudno nam być w nim razem. Wspólną, doskonałą w swej niedoskonałości codzienność mogą ułatwić produkty i rozwiązania IKEA.

*Już niewielkie zmiany, jak umiejętne zrównoważenie przestrzeni „ja” i „my”, uspokoją naturalne domowe napięcia i pomogą po prostu wygodniej żyć obok siebie. Ponieważ dbając o dom, dbamy też o siebie nawzajem. To relacje są najważniejsze, dlatego na nich skupiamy się w najnowszej kampanii* – mówi Karolina Skalik, Communication Leader w IKEA Retail w Polsce.

*W domu najistotniejsze jest pogodzenie potrzeb wszystkich domowników. Dlatego Katalog IKEA 2019 pełen jest intrygujących rozwiązań i pomysłów. Jego nowa koncepcja pozwala docenić różnorodność tego, jak żyjemy -* dodaje Karolina Szabłowska, External Marketing Communication Manager w IKEA Retail w Polsce*.*

Kluczową częścią komunikacji jest spot reklamowy, którego dłuższa wersja dostępna jest online. Część produktowa wspierana jest przez oddzielny materiał, promujący produkty w ramach Nowych Niższych Cen. Kampania komunikująca katalog ruszyła 20 sierpnia, działania wizerunkowe tydzień później. Obejmą one kanały tradycyjne (TVC, kino, OOH), digital (w tym także współpracę z influencerami) oraz sklepy marki na terenie Polski.

Spot promujący Katalog IKEA 2019: <https://youtu.be/yILMQ1w6CUk>

Spot produktowy: <https://youtu.be/N9uBOEc5LWI>

Za kreację, strategię i koncept kreatywny kampanii (w tym produkcję spotów do TV i kina, OOH) odpowiada agencja Saatchi&Saatchi IS. Kampanię w Internecie i digitalu z dedykowanym kontentem przygotowała agencja VML Poland. Aktywacje z influencerami prowadzone są przez Hash.fm, a za komunikację PR odpowiada Garden of Words. Zakup mediów do kampanii koordynuje w całości dom mediowy Wavemaker.

Klient: IKEA Retail

Agencja: Saatchi&Saatchi IS / VML

Dom mediowy: MEC / Wavemaker

Reżyser: Tadeusz Śliwa

Dop: Kajetan Plis

Produkcja: TANK / Digital: SPUTNIK

Scenografia: IKEA / Olak&Brudz SetDesign

Postprodukcja: Lunapark Motion Arts Collective

Muzyka: Mikołaj Stroiński

Lektor: Ewa Szlachcic

IKEA. Niech Żyje Dom!

[www.ikea.pl/katalog](https://onlinecatalogue.ikea.com/PL/pl/IKEA_Catalogue/" \l "/pages/1)

#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 (w drugiej połowie br. otworzy jedenasty w centrum handlowym Blue City) 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 odnotowała ok. 91 mln wizyt.

**Dodatkowych informacji udziela:**

Małgorzata Jezierska

Specjalista ds. PR

E-mail: [malgorzata.jezierska@ikea.com](mailto:malgorzata.jezierska@ikea.com)