Una campaña que anima a los consumidores a recapacitar sobre el sentido de la Navidad

Las dos caras de un regalo: la que despierta la imaginación para pasar tiempo y momentos de diversión en familia, y la que sólo busca el disfrute y el capricho personal

En una época del año marcada por el consumo, *Ikea* ha lanzado una campaña que **anima a los consumidores a recapacitar sobre el sentido de la Navidad**. Para ello, utiliza como herramienta un sencillo molde de metal para hacer galletas. **No se necesita más para ser feliz**. Porque basta con la imaginación **para vivir los mejores juegos** (los más sencillos, alegres y divertidos) y basta con el cariño **para crear un auténtico clima de hogar**.

La nueva campaña de la cadena de distribución sueca reivindica ***La Otra Navidad***, una celebración más sencilla y genuina que se traduce, a través de la creatividad de un niño, en **vivir estas fechas con ilusión y optimismo, con afán de compartir y sin necesidad de grandes regalos o despilfarros**.

El *spot* utiliza un molde de galletas como conductor para mostrar las dos caras de un regalo: la que **despierta la imaginación para pasar tiempo y momentos de diversión en familia**, y la que sólo busca el disfrute y el capricho personal. Esta segunda cara se refleja en **esos**

Phoca PDF

adultos que han perdido la inocencia de los niños, y no ven más allá del valor material de un pequeño molde de metal.

Según comenta la directora de marketing de *Ikea Ibérica*, **Gabriela Guardamino,** la nueva campaña busca *"lanzar a todo el mundo el mensaje de que aunque hoy existen muchísimos factores externos que nos desamueblan la cabeza, hay un lugar que nos ayuda a amueblárnosla de nuevo* ***para convivir y disfrutar de lo realmente importante. Y ese lugar es el hogar y lo que en él ocurre"***. No puedo estar más de acuerdo.

Alfonso Méndiz

Phoca PDF