

## INFORMACJA PRASOWA

### **APPLiA Polska startuje z kampanią „Zmień na lepsze” – nowa narracja w edukacji konsumenckiej AGD**

**20 października ruszyła kampania „Zmień na lepsze” – ogólnopolska inicjatywa edukacyjna APPLiA Polska, skierowana do konsumentów, którzy wciąż korzystają ze starszego sprzętu AGD.** Jej celem jest zachęcenie Polaków do refleksji nad użytkowanym w domach sprzętem AGD – nie tylko pod względem sprawności technicznej, ale też codziennego komfortu, zużycia energii i realnego wpływu na środowisko. Bo sprzęt w naszych domach może działać lepiej – dla nas i dla planety.

APPLiA to związek pracodawców reprezentujący producentów i importerów AGD w Polsce. Prowadzi dialog z rządem, parlamentem, mediami i organizacjami społecznymi, a także integruje branżę wzdłuż całego łańcucha dostaw. Reprezentuje sektor na kluczowych wydarzeniach i prowadzi kampanie informacyjno-edukacyjne.

W najnowszej kampanii swój przekaz skupia na budowaniu świadomości wokół wymiernych korzyści płynących z nowoczesnych urządzeń, które są nie tylko wygodniejsze, ale przede wszystkim zużywają nawet 60–70% mniej energii.

*– Wymiana małego AGD przychodzi nam bardzo łatwo. Ale w przypadku lodówki, pralki czy zmywarki to wciąż decyzja, z którą zwlekamy do ostatniej chwili – choć w praktyce może przynieść mnóstwo realnych korzyści – mówi Wojciech Konecki, prezes APPLiA Polska. – Chcemy pokazać, że zakup sprzętu można potraktować jako świadomy wybór, a nie przymus. Chcemy odczarować ten moment wymiany i pokazać, że to nie problem – to szansa.*

APPLiA stawia na emocjonalny i edukacyjny storytelling – bez moralizowania czy wywoływania poczucia winy.

*– Chcemy zaprosić konsumentów do refleksji i świadomego podejścia do zmian, pokazać, że odpowiedzialna decyzja może przynieść korzyści zarówno w skali mikro – dla domowego budżetu i wygody – jak i makro – dla gospodarki i środowiska – wyjaśnia Wojciech Konecki.*

W ramach kampanii komunikacyjnej uwaga zostanie skierowana na praktyczne strony decyzji o wymianie sprzętu. Ważną rolę odgrywać będą dane zebrane przez APPLiA z której raportów wynika, że aż 50% zużycia energii w polskich domach związane jest z użytkowaniem urządzeń AGD.

*– Gdybyśmy zastąpili stare urządzenia energooszczędnymi, mogłoby to przynieść nawet 3 TWh oszczędności rocznie, co przy obecnych cenach oznacza około 3,3 miliarda złotych mniej na rachunkach. To tyle, ile roczne zużycie energii ponad 1,5 miliona gospodarstw domowych – zauważa przedstawiciel APPLiA.*

Nowa narracja kampanii pokazuje, że zmiana AGD nie musi być konsekwencją awarii, lecz świadomym wyborem wynikającym z troski o dom, wygodę, budżet i środowisko.



## **Szeroko zakrojone działania komunikacyjne**

Kampania „Zmień na lepsze” to zintegrowana platforma komunikacyjna. Na jej potrzeby stworzone zostały trzy spoty filmowe, które obrazują codzienne sytuacje, w których stare urządzenia przestają nadążać za współczesnymi oczekiwaniami – nie tylko energetycznie, ale też funkcjonalnie.

Komunikacja obejmuje nie tylko produkcję i promocję spotów, ale również działania PR, kampanię digital, współpracę z influencerami, dedykowaną stronę internetową kampanii – [zmiennalepsze.pl](http://zmiennalepsze.pl), jak również komunikację B2B – skierowaną do dystrybutorów i partnerów APPLiA, by wspólnie wzmacniać przekaz edukacyjny i wspierać decyzje zakupowe konsumentów.

Wszystkie te działania stanowią odpowiedź na potrzebę redefinicji relacji konsumentów z dużym AGD. Kampania ma charakter „pull rather than push” – zaprasza do refleksji, zamiast wywoływać presję. Dzięki atrakcyjnej formie wizualnej i silnemu oparciu w danych, „Zmień na lepsze” może stać się punktem wyjścia do budowy długofalowej zmiany postaw konsumenckich.

Więcej informacji oraz praktyczne porady dotyczące weryfikacji zużycia i efektywności sprzętu AGD dostępne są na stronie kampanii: [www.zmiennalepsze.pl](http://www.zmiennalepsze.pl)