



**BRIEFING ABERTO 2021
IKEA PORTUGAL**

Enquadramento

A IKEA Portugal, pertencente ao Grupo Ingka, entrou no país em 2004 com a abertura da IKEA Alfragide e tem, hoje em dia, 5 lojas no país - Alfragide, Loures, Loulé, Matosinhos e Braga – uma plataforma de venda online, três Estúdios de Planificação – Cascais, Seixal e Sintra – e vários Pontos de Recolha de encomendas em todo o país.

No total, a IKEA Portugal emprega cerca de 2.500 colaboradores e recebe cerca de 16.7 milhões de visitas anualmente nas lojas físicas e 34 milhões online. A IKEA, marca de origens suecas, oferece artigos para a casa, bem desenhados, sustentáveis e funcionais, sempre a preços acessíveis.



A nossa missão

“Somos apaixonados pela vida em casa. A nossa cultura assenta no entusiasmo, união e numa atitude de fazer o que tem de ser feito. Somos otimistas, procuramos constantemente novas e melhores formas de fazer coisas: de como criar uma cadeira de baloiço que caiba numa embalagem plana, a criar lâmpadas LED que sejam acessíveis a todos. A nossa visão é criar um melhor dia a dia para a maioria das pessoas: para os clientes e também para os nossos colaboradores e as pessoas que trabalham nos nossos fornecedores.”



Insight

Em pleno século XXI, e depois de tantas campanhas e informação sobre a inclusão, continuam a surgir publicamente mensagens racistas e xenófobas.

A IKEA pretende reconhecer que o progresso para a igualdade, diversidade e inclusão (ED&I) é difícil e requer trabalho, coragem e determinação. Enaltecer o caminho que foi feito até agora e reconhecer que ainda **há muito para fazer até acabarmos, em conjunto, com a discriminação em todas as áreas da nossa vida**. Ficar calado sobre este tema é aceitar a discriminação e, na IKEA, queremos ser cada vez mais audíveis por aquilo que são, na verdade, direitos humanos.



Insight

O estudo IKEA, realizado em fevereiro de 2020 pela **GlobeScan**, com uma amostra de 828 portugueses, mostra-nos que:

- **53%** dos portugueses concorda que **casais do mesmo género devem poder casar**
- **58%** dos portugueses concorda que as pessoas devem ser **livres de escolher o que vestir e como viver de acordo com o género com que se identificam**, mesmo que tenham nascido com outro género
- **48%** dos portugueses afirma que está **confortável e feliz em socializar e ser amigo de pessoas que se sentem atraídas por outras pessoas do mesmo género**



Insight

Quando falamos em discriminação, também há dados importantes a trazer para cima da mesa. O relatório anual da ILGA sobre 'Discriminação contra pessoas LGBTI+'*1 mostra que a maioria das situações denunciadas parte de pessoas desconhecidas à vítima (40%). No entanto, **10% destas situações surge de mães/pais** enquanto autores da situação discriminação. O que leva a concluir que, muitas vezes, os próprios lares, as casas destas pessoas, que deviam ser lugares seguros não o são.

O ano passado, entre 15 de março e 15 de maio, quando entrou em vigor o dever de recolhimento obrigatório, **pelo menos 900 pessoas pediram ajuda a associações LGBT+.**

Quanto ao espaço onde ocorre a discriminação, o estudo IKEA, feito pela GlobeScan, aferiu que 52% dos portugueses estão satisfeitos ao interagir no trabalho, na universidade ou liceu com pessoas que se sentem atraídas por outras do mesmo género. Também neste âmbito, o 2º Inquérito LGBTI+ da Agência para os Direitos Fundamentais da União Europeia permite concluir que **20% das pessoas inquiridas já se sentiram discriminadas no seu local de trabalho.**

Se a casa é o espaço onde nos devemos sentir seguros, confortáveis e felizes, o local de trabalho deve ser, igualmente, um espaço onde as dimensões individuais não são questionadas, mas sim encorajadas.

O que é a Igualdade, Diversidade e Inclusão para a IKEA Portugal?

Na IKEA acreditamos que um melhor dia-a-dia começa com um dia-a-dia mais igual. Sabemos que existe um caminho a percorrer antes que todos, independente de género, etnia, raça ou nacionalidade tenham acesso às oportunidades e recursos para uma vida melhor.

Acreditamos que **promover a igualdade é um dever de todos** e queremos refletir a diversidade da sociedade em todos os níveis do nosso negócio. Só assim será possível responder às necessidades dos nossos clientes atuais e futuros. **Por exemplo, estamos focados em garantir uma representação equilibrada em cargos de liderança e em garantir salários iguais para homens e mulheres em funções equivalentes (na IKEA PT não existe pay gap).**

Como uma empresa humanística e movida por valores, apoiamos o direito de todos os colegas de trabalho serem eles mesmos. Porque acreditamos que todos merecem um tratamento justo e igualdade de oportunidades, independentemente da orientação sexual ou identidade de género.

Mensagem-Chave

Cada um de nós desempenha um papel para alcançarmos o progresso.

A igualdade é um direito humano fundamental que se reflete nos nossos valores, na nossa crença nas pessoas e no respeito mútuo. Valorizamos as diferenças individuais e encorajamos todos a serem eles próprios, porque a singularidade de cada indivíduo torna o mundo melhor.

O progresso na igualdade, diversidade e inclusão não acontece por acaso. O progresso é feito por todos nós, todos os dias, juntos. **Para um mundo mais igualitário.**

Make
everyone feel
welcome.



STORSTOMMA

Bag, 27x27 cm

€1

Target

Consumidor em geral: clientes e não clientes IKEA, reafirmando à sociedade aquilo que defendemos e acreditamos e mostrar que todos podemos contribuir para os temas da igualdade, diversidade e inclusão.

Colaboradores IKEA: que se sintam bem-vindos, respeitados, valorizados na IKEA e contribuam para um ambiente de trabalho totalmente inclusivo e que se reflita e tenha impacto na sociedade em geral.



Briefing

O que se pretende?

Desenvolver uma **campanha em social media sobre a semana de inclusão da IKEA** que decorre habitualmente em dezembro.

Que meios vamos usar? Que peças devem desenvolver?

Fica à consideração do participante escolher quais os meios a desenvolver para vender a sua ideia, tendo em consideração as necessidades da marca.

Campanha externa:

- Social Media posts com um mínimo de 4 imagens
- Gif/animação
- Outros suportes para social media
- Banner ratio 16:9
- Ações de engagement com stakeholders da área da diversidade, igualdade e inclusão.

Campanha interna:

- Materiais gráficos, com prevalência para o digital.
- Ações de engagement interno (lojas, CSC e escritório)



Links de apoio

[Assim é a IKEA](#)

[Igualdade, Diversidade e Inclusão](#)

[Podcast Igualmente](#)

[Como a IKEA tem reforçado aposta na diversidade, de dentro para fora](#)

[Quando o local de trabalho é tão diverso e inclusivo como o mundo deveria ser](#)





TACK!