Materiał prasowy

Design w stanie równowagi  
OKNOPLAST w nowej, ogólnopolskiej kampanii rewolucjonizuje pojęcie okna

**W świecie, w którym dom stał się naszym centrum codzienności, a design i światło wpływają na komfort życia, OKNOPLAST kontynuuje swoje innowacyjne podejście. Marka, znana z marketingowej odwagi, startuje z ogólnopolską kampanią najnowszego produktu – okna PILAR.**

OKNOPLAST od lat buduje komunikację wykraczającą poza standard reklamy w branży – stawiając na narrację, która łączy nieszablonowość kreacji z pragmatyzmem przekazu. Kampania PILAR to kolejna odsłona tej wizji, wzmacniająca pozycję marki jako lidera innowacji  
i trendsettera. Bohaterem kampanii jest przełomowe okno PILAR – połączenie subtelnej formy  
z trwałością i technologicznym zaawansowaniem.

## PILAR – Czy to przełom w designie?

Zapomnijcie o masywnych ramach i wszystkim, co do tej pory kojarzyło się z oknami PVC.   
PILAR to nowy standard jakości. To pierwszy tak wyglądający produkt w Polsce, który ma również doskonałe parametry techniczne. Dlatego kluczowe słowo to RÓWNOWAGA – idealny balans między:

* **Minimalizmem a innowacją** – ekstremalnie smukła i symetryczna konstrukcja maksymalizuje dostęp światła.
* **Designem a funkcjonalnością** – technologia STV ukryta w estetycznej formie gwarantuje trwałość i bezpieczeństwo.
* **Elegancją a komfortem** – wysokie parametry izolacyjne zapewniają ciszę i ciepło.

*„PILAR to okno stworzone dla równowagi – równowagi, której wszyscy szukamy w codziennym życiu. Minimalistyczna forma spotyka się tutaj z maksymalnymi korzyściami: estetyką, oszczędnością energii i poczuciem stabilności. To przełomowe rozwiązanie, które sprawia, że dom staje się nie tylko piękniejszy, ale i bardziej harmonijny.”* - Mówi Magdalena Cedro-Czubaj, dyrektorka marketingu OKNOPLAST  
  
**Strategia, która inspiruje**

Kampania PILAR stanowi kontynuację strategii **„Światy OKNOPLAST”**, rozwijanej od 2021 roku. Marka konsekwentnie przełamuje branżowe schematy, prezentując okna w artystycznej, subtelnej konwencji – na styku inżynierii i estetyki. PILAR wpisuje się w tę filozofię poprzez świat oparty na monochromie i minimalizmie – zarówno wizualnie, jak i narracyjnie.

*„Świat PILARa to przede wszystkim opowieść o równowadze – między minimalistycznym designem a zaawansowaną technologią, między sztuką a inżynierią, między dynamiką zmian czasów w jakich żyjemy, a spokojem, którego każdy poszukuje. To narracja aspiracyjna, skierowana do tych, którzy w codziennych przedmiotach poszukują nie tylko użyteczności, ale także ciszy, balansu i porządku wpisanego w formę.”* - podkreśla Jonasz Wiercioch, kierownik działu kreacji marketingowej OKNOPLAST

**Koncept kreatywny i działania multikanałowe**

Koncepcja kreatywna kampanii oraz strategia launchu produktu zostały opracowane wewnętrznie przez Dział Kreacji Marketingowej OKNOPLAST, co podkreśla niezależność i wizję twórczą marki. Spot reklamowy powstał we współpracy ze studiem produkcyjnym Ars Thanea, które odpowiada za realizację wizualną konceptu kreatywnego.

Kampania obejmuje następujące kanały i działania:

Zakres kampanii:

* Spot TV: emisja 16 sekundowego spotu w Polsat, TVN, TVP, w tym programy tematyczne i śniadaniowe
* Digital: środowisko Google oraz Social Media w tym Instagram, TikTok, Pinterest, LinkedIn, [YouTube.](https://www.youtube.com/watch?v=RsRxPo7eeG8)
* Landing page: [oknoplast.com.pl/pilar](https://oknoplast.com.pl/pilar)
* Kampania PR: portale lifestyle i wnętrzarskie, ogólnopolskie portale informacyjne

**Kampania potrwa od 13 października do 15 listopada.**

--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Kontakt dla mediów**

Patrycja Ogrodnik

PR Manager

[p.ogrodnik@commplace.com.pl](http://p.ogrodnik@commplace.com.pl)

tel. 692 333 175

|  |
| --- |
| **Zuzanna Dyba**  Specjalista ds.PR  +48 666 870 580 |
| [Z.Dyba@oknoplast.com.pl](mailto:Z.Dyba@oknoplast.com.pl) |