



Ile w nas z romantyków, a ile z kota pechowca? Czy widzowie chcą swobodnie zarządzać dostępem do światła naturalnego i dbać o komfort ciepły w domach tak, jak główni bohaterowie spotów Somfy? Firma startuje z jesienną kampanią reklamową Cosy Home Days, podkreślając aspekt komfortu i energooszczędności dzięki technologiom smart.

Somfy realizuje jesienną kampanię, w której promuje smart home, czyli sterowanie zintegrowanymi urządzeniami domowymi z aplikacji w smartfonie lub za pomocą komend głosowych. Sercem domu inteligentnego jest centrala TaHoma®, która pomaga tworzyć kompleksowy ekosystem dla wygody mieszkańców apartamentów i domów. Ze względu na zbliżające się chłodniejsze miesiące i wzrost zapotrzebowania na ogrzewanie, firma zwraca uwagę na optymalizację działania urządzeń domowych, co wpływa na mniejsze zużycie energii i oszczędność na rachunkach.

„Komfort ciepły, tak pożądanym szczególnie jesienią i zimą, możemy osiągnąć wtedy, gdy w sposób przemyślany zarządzamy dostępem do światła naturalnego i korzystamy z ogrzewania. Skoro przy użyciu smartfona opłacamy rachunki czy zamawiamy jedzenie na wynos, dlaczego też w ten sposób nie mielibyśmy sterować temperaturą w naszych wnętrzach?” – mówi Radosław Borkowski, dyrektor zarządzający Somfy Polska.

W duchu technologicznym

W swojej kampanii firma promuje zdalne zarządzanie osłonami okiennymi wyposażonymi w napędy elektryczne, np. roletami czy żaluzjami, które w istotny sposób poprawiają parametry izolacyjne okien. W ten sposób nie tylko ciepło nie ucieka z domu, ale pozwala również łapać promienie słoneczne i dogrzewać pomieszczenia w sposób naturalny. Somfy promuje również czujnik słoneczny i rozwiązania do sterowania ogrzewaniem, jak głowice termostatyczne i termostat. Po połączeniu wszystkich urządzeń z centralą TaHoma można tworzyć scenariusze smart, czyli listę zadań, które będą wykonane automatycznie na podstawie aktualnych warunków atmosferycznych i przyzwyczajeń

domowników. Smart produkty Somfy uczą się zachowań mieszkańców i stają się aktywnymi sojusznikami w ich codziennym życiu, wykonując określone czynności bez konieczności angażowania uwagi domowników.

Aktualna rzeczywistość społeczno-gospodarcza wpłynęła na diametralną zmianę postrzegania roli domów i mieszkań oraz związane z tym zwyczaje konsumenckie. Somfy wychodzi naprzeciw potrzebom klientów, którzy coraz chętniej korzystają z nowoczesnych technologii. Integracja urządzeń Somfy i marek partnerskich poprzez protokół komunikacji io-homecontrol® daje możliwość sprawnej współpracy produktów i zapewnia otrzymanie informacji zwrotnej w czasie rzeczywistym. Mieszkańcy mogą sprawdzić w aplikacji TaHoma® w dowolnym momencie, jaka temperatura panuje w domu oraz czy rolety są podniesione lub zamknięte. Z kolei funkcja geolokalizacji, dostępna dla użytkowników termostatu Somfy, pozwala dopasować poziom ogrzewania na podstawie odczytu miejsca pobytu domowników przez GPS. Gdy mieszkańcy znajdują się w pracy czy na wyjeździe, temperatura jest automatycznie obniżana, a gdy zbliżają się do domu – rośnie, by zapewnić im komfort cieplny, dopasowany do ich potrzeb.

A Ty, za co lubisz Somfy?

W kampanii Somfy wykorzystuje dwa spoty z różnymi historiami. Głównym bohaterem spotu reklamowego jest kot pechowiec, któremu automatyczne scenariusze krzyżują plany wylegiwania się w sypialni właścicieli domu pod ich nieobecność. W spocie sponsoringowym z kolei można zobaczyć, jak wieczorny scenariusz optymalizujący zużycie energii sprzyja odpoczynkowi.

„Smart home Somfy dopasowuje się do naszego stylu życia. Pozwala nam żyć komfortowo, w naszym rytmie i dostosowuje się do naszych zwyczajów w sposób przez nas na co dzień niezauważalny. Pozwala na to przede wszystkim integracja urządzeń w jeden system, sterowany z jednej aplikacji, a także możliwość budowania i rozwijania systemu etapami w oparciu o nasze zmieniające się potrzeby” – podkreśla Aleksandra Pyziak, marketing manager Somfy.

Kampania reklamowa potrwa do 18 października, a działania online do 30 października 2020. Spoty będą emitowane we wszystkich głównych oraz tematycznych kanałach telewizyjnych. Kampania wsparta będzie również działaniami reklamowymi w internecie i PR. Za koncept kreatywny i realizację spotów reklamowych odpowiada McCann. Zakup czasu reklamowego powierzono domowi Infinity Media, a działania internetowe – agencji Result Media.

Więcej informacji: [Nowa odsłona Smart Home Somfy](#)

SOMFY – to światowy lider w zakresie automatyki domowej i kluczowy dostawca rozwiązań smart home do sterowania w budynkach mieszkalnych i komercyjnych. Somfy od lat opracowuje produkty, które wprowadzają domy na poziom Internetu Rzeczy (Internet of Things). Łączy ze sobą jednym systemem różne urządzenia, zmieniając domy na całym świecie w komfortowe i bezpieczne domy inteligentne. Wysoką jakość produktów firmy Somfy ceni 220 milionów użytkowników.

Firma powstała w 1969 roku w Cluses we Francji. Międzynarodowy zasięg działalności obejmuje 160 oddziałów w 60 krajach na całym świecie, zatrudniając 8000 pracowników.

W Polsce spółka istnieje od 1996 roku. W 2014 roku powstała należąca do Somfy fabryka SOPEM w Niepołomicach. Obecnie oprócz jednostki produkcyjnej oraz Działu Badań i Rozwoju, funkcjonuje w Niepołomicach Wschodnioeuropejska Platforma Dystrybucyjna, która dostarcza produkty do odbiorców z całej Europy Środkowo-Wschodniej.

www.somfy.pl