



Emocje, inspiracje, zamysł, dopracowanie szczegółów, aż po uzyskanie efektu perfekcyjnej jakości. Wszystko to towarzyszy w procesie twórczym zarówno przedstawicielom Grupy Paradyż, jak i młodym projektantom, z którymi firma rozpoczęła bardzo udaną współpracę. Przedstawiamy niezwykłą kampanię marki My Way Paradyż Group i jej bohaterów – kolekcje w formacie 25x75 cm i polskich projektantów – Magdalenę Waś, Jana Lutyka i Nikodema Szpunara.

#### **Docenione talenty polskiego wzornictwa**

Wybór trzech projektantów nie jest przypadkowy. Są to laureaci i uczestnicy konkursu „make me!” organizowanego w ramach Łódź Design Festival, którego Grupa Paradyż jest wieloletnim mecenasem. Magda, Janek i Nikodem to niezwykle kreatywni, pełni emocji młodzi ludzie, którzy są z jednej strony totalnie świadomi tego, jak komunikować się z rynkiem, z drugiej strony wiedzą czego oczekują klienci, poszukujący oryginalnych rozwiązań do wnętrz swoich domów i mieszkań – mówi Dorota Kaźmierczak, Dyrektor Marketingu Grupy Paradyż. Ich projekty zdobywają uznanie na krajowych i zagranicznych festiwalach designu, jak np. projekt Ribbon Jana Lutyka, który w czasie tegorocznego DMY w Berlinie otrzymał Exhibitors Award – dodaje.

#### **My Way – sposób na wyrażenie siebie**

Od 2011 roku komunikacja marki My Way Paradyż Group opiera się na linii ‘testimonial’, czyli zestawieniu produktów z interesującymi ludźmi, którzy zawodowo zajmują się projektowaniem. Marce niezmiennie towarzyszy również hasło „Wyraź siebie”. W poprzednich latach twarzami kampanii byli projektanci wnętrz i architekci. W 2013 roku poszliśmy o krok dalej – mówi Dorota Kaźmierczak. Nowości produktowe marki My Way Paradyż Group 2013 pokazujemy w trzech różnych wnętrzach. Wspaniałymi dodatkami, które podkreślają charakter przestrzeni są meble zaprojektowane przez trzech projektantów. W warstwie komunikacyjnej opowiadamy historię tworzenia piękna – proces twórczy zarówno w przypadku materiału ceramicznego, jak i mebli ma wiele cech wspólnych. Pomimo, że pracujemy nad różnymi produktami, przechodzimy przez te same etapy – od inspiracji i pomysłu, poprzez poszukiwanie materiałów i testy, aż po efekt końcowy. Towarzyszą nam podobne emocje – pasja i determinacja. Finalnie powstają produkty, pozwalające ich przyszłym użytkownikom podkreślić własny styl oraz stworzyć takie otoczenie, w którym dobrze się czują – dodaje.

#### **Projektanci i kolekcje – idealne połączenie**

Głównymi bohaterkami tegorocznej kampanii są trzy kolekcje marki My Way Paradyż Group, w zupełnie nowym formacie 25x75 cm – Indy / Indo by My Way, szklane inserta Murano przy kolekcji Meltemi / Melte by My Way i Zonda / Zon by My Way. Każda z nich została przedstawiona w innym pomieszczeniu – w salonie, kuchni i łazience. Do wnętrza dobrano przedmioty zaprojektowane przez młodych projektantów. Salon jest pomieszczeniem, w ramach którego poznajemy uniwersalny i pełen wyrazu charakter kolekcji Indy / Indo by My Way, inspirowanej strukturą kafla, na której tle pyszni się ‘Szara sofa’ autorstwa Magdaleny Waś. W kuchni płytki z kolekcji Meltemi / Melte by My Way połączone ze szklanymi insertami Murano, otrzymując niezwykle energetyczny efekt. Jego dopełnieniem jest lampa stworzona przez Jana Lutyka. Natomiast wewnątrz czarno-fioletowej łazienki inspirowanej kolekcją Zonda / Zon by My Way uzupełnia czarne krzesło projektu Nikodema Szpunara.

### Realizacja i zasięg kampanii

Na potrzeby tegorocznej kampanii Grupa Paradyż przygotowała ciekawy materiał reklamowy, którego projekcje będą miały miejsce w sieci kin Cinema City oraz zostaną wykorzystane w szeroko zakrojonej kampanii internetowej. Swoim zasięgiem obejmie ona portale o tematyce wnętrzarskiej, kobiecej i „people”, a także najpopularniejsze playery video – TVN player, onet.pl, TVN24.pl itp. Działania promocyjne w prasie prowadzone będą w największych tytułach prasowych o tematyce wnętrzarskiej, kobiecej i „people”, m.in.: „Dom i wnętrze”, „Dobre Wnętrze”, „Harper’s Bazaar”, „Pani”, „Grazia”, „Zwierciadło”, „Show”, „Elle Deco”, „Elle”, „Viva!”, „Weranda”, „Twój Styl” i „Świat rezydencji i ogrodów”. Kampania potrwa od czerwca do września 2013 roku.

Zapraszamy na [www.myway-paradyz.com](http://www.myway-paradyz.com)



Kolekcja płytek ceramicznych ZONDA / ZON by My Way

Zawsze staram się zgłębić temat, bo czas poświęcony na poszukiwania, na eksperymenty z materiałem przynosi efekty. Mam wtedy szansę na porównania, wnioski i wybór najlepszych rozwiązań. Tak właśnie powstał mój projekt, w którym kluczową rolę gra forma. Jak w kolekcji płytek ceramicznych Zonda / Zon by My Way. Jest niezwykle inspirująca - pełna energii w kolorze i strukturze. Nowy wymiar płytek 25 x 75 cm, to też nowe możliwości budowania przestrzeni. Ta kolekcja rozbudza wyobraźnię!


Nikodem Szpunar projektant



## BOGACTWO INSPIRACJI DLA MOJEJ WYOBRAŹNI

TO GWARANCJA OD PARADYŻA [www.myway-paradyz.com](http://www.myway-paradyz.com)

WYRAŻ SIEBIE




Zoom in (Ctrl+Plus)

Kolekcja płytek ceramicznych MELTEMI / MELTE by My Way

Ogromną satysfakcję daje mi sposobność zmięszania się z materiałami. Czuję wtedy prawdziwą radość tworzenia. Moja dłoń nucią formę, kształt... I powstaje przedmiot, który zawsze zawiera cząstkę mojej duszy. To na tym zależy każdemu projektantowi. Takie możliwości wyrazu daje również nowa kolekcja płytek ceramicznych Meltemi / Melte by My Way. Różnorodność materiałów, bogactwo wzornictwa, a także wymiar płytek 25 x 75 cm pozwalają na indywidualne komponowanie przedmiotów. Ja lubię, gdy jest pełna paleta i energii koloru.

Jan Łutys projektant



**newss.pl**

Kampania My Way Paradyż Group - piękno polskiego designu!

---

**Ceramika Paradyż**

więcej informacji ([PRESS BOX](#))