Wrocław, 24 września 2025 r.

**Mieszkańcy w roli głównej – Archicom   
prezentuje serial „Historie Dobrego Życia”**

**Archicom, ogólnopolski deweloper z Grupy Echo, ruszył z kampanią „Historie Dobrego Życia” – internetowym serialem, w którym prawdziwi mieszkańcy osiedli we Wrocławiu, Krakowie i Łodzi pokazują, jak ich codzienność splata się z przestrzeniami stworzonymi przez dewelopera.**

„Historie Dobrego Życia” to najnowsza kampania firmy Archicom. Wystąpili w niej prawdziwi mieszkańcy osiedli budowanych przez dewelopera. Internetowy serial opowiada o życiu m.in. w Ogrodach Hallera we Wrocławiu, na Browarach Wrocławskich, osiedlu Olimpia Port we Wrocławiu, osiedlu Bonarka w Krakowie czy łódzkiej Fuzji. Bohaterki i bohaterowie zapraszają widzów do poznania swoich mikroświatów.

Anna, Klara i Szymon, Krystyna, Ewa, Karol czy Małgosia i jej syn Staś to prawdziwi ambasadorzy Archicom, którzy otwierają swoje serca i mieszkania, pokazując przestrzenie, w których na co dzień żyją, tworzą, spędzają czas z bliskimi i odnajdują siebie. Każdy z mieszkańców prezentuje swoją unikalną historię, dzieli się doświadczeniami i planami. Wszystkich łączy pragnienie znalezienia swojego miejsca na ziemi. Zamieszkali na osiedlach Archicomu i dzięki ich energii, pasjom i obecności stworzyli przestrzenie, które są wyjątkowe.

– *Wszystkie te historie są fascynujące, piękne, autentyczne i w pewien sposób wzruszające. Fundamentem naszej pracy jako dewelopera jest głębokie przekonanie, że osiedla nie są tylko budynkami i infrastrukturą, ale tkanką miejską splecioną z ludzkich historii i emocji. Jesteśmy dumni, że mieszkańcy naszych osiedli zgodzili się w tak szczery sposób pokazać jak wygląda ich życie* – mówi **Mikołaj Szymborski, dyrektor marketingu i komunikacji Archicom.**

Wizualna strona kampanii utrzymana jest w stylistyce retro, która podkreśla ponadczasowość wartości, jakimi kieruje się Archicom. Za opracowanie kampanii odpowiada Ewelina Woźniak, Brand Manager w Archicom, a kreację przygotowała agencja marketingowa Polish Creative Group. Efektem jest ciepła i autentyczna narracja wizualna, w której najważniejsi są ludzie – ich codzienność, pasje i radość z życia w dobrze zaprojektowanej przestrzeni. Oprócz serialu internetowego powstała również „Gazeta Dobrego Życia” prezentująca opowieści w sposób tradycyjny. Gazeta dostępna jest w biurach sprzedaży dewelopera.

Najnowsza kampania to również opowieść o tym, jak osiedla budowane przez Archicom kreują dobre miejsca do życia.

– *Fascynuje mnie podejście Carlosa Moreno, twórcy idei miasta 15-minutowego, które zakłada, że każdy mieszkaniec powinien mieć dostęp do wszystkiego, co niezbędne do dobrego życia, w zasięgu krótkiego spaceru lub przejażdżki rowerowej, często uzupełnianej dostępem digitalnym. To wizja niezwykle bliska naszej filozofii, bo odzwierciedla również podstawową potrzebę ludzkości – życia we wspólnocie. A wspólnoty tworzą prawdziwi ludzie. To dla nas niezwykłe wyróżnienie, że mieszkańcy naszych osiedli zgodzili się zaprosić nas do swojego świata. Takie podejście pozwala nam nie tylko odpowiadać na potrzeby dnia dzisiejszego, lecz także budować fundament pod miasta przyszłości – bardziej zrównoważone, wspólnotowe i odporne na wyzwania, które dopiero nadejdą* –mówi **Waldemar Olbryk, prezes zarządu Archicom**.

Idea miasta 15-minutowego opiera się na koncepcji, że mieszkańcy powinni mieć w zasięgu kwadransa nie tylko sklepy i usługi, ale również szkoły, miejsca pracy, rekreacji czy kultury. To miasto, które sprzyja więziom sąsiedzkim, wspólnemu spędzaniu czasu i budowaniu tożsamości lokalnej. Równie istotnym elementem tej przestrzeni są tereny zielone – parki, ogrody czy bulwary, które dają oddech w środku miasta, pozwalają na kontakt z naturą, odpoczynek, a także socjalizację z innymi. Ponadto taka infrastruktura ogranicza konieczność korzystania z transportu samochodem, ustępując bardziej ekologicznym rozwiązaniom – pieszym spacerom, rowerom czy komunikacji miejskiej. Jest to również odpowiedź na współczesne problemy klimatyczne, które wymagają przemyślanego, nowoczesnego podejścia do tworzenia przyszłościowych i zrównoważonych miejsc do życia. Archicom w swoich inwestycjach konsekwentnie wdraża wszystkie te założenia, tworząc osiedla, które nie tylko oferują wygodne mieszkania, ale także przestrzenie sprzyjające rekreacji oraz lokalnej integracji.

Wszystkie Historie Dobrego Życie można znaleźć na [stronie internetowej](https://www.archicom.pl/historie-dobrego-zycia).

**O NAS**

Archicom to jeden z największych i najdłużej działających deweloperów mieszkaniowych w Polsce, notowany na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. Firma posiada blisko 40-letnie doświadczenie, a jej korzenie sięgają wrocławskiego studia projektowego stawiającego w centrum uwagi człowieka i jego potrzeby.

Od 2021 roku Archicom jest częścią Grupy Echo – największej grupy deweloperskiej w Polsce. W wyniku aportu segmentu mieszkaniowego Echo Investment w 2023 roku, marka zyskała ogólnopolski zasięg, poszerzając działalność o Warszawę, Łódź, Poznań, Kraków, a od 2024 roku również Katowice.

Archicom zrealizował ponad 220 projektów mieszkaniowych, często o charakterze miastotwórczym, rozwijanych w duchu idei 15-minutowych miast. Tworzy zrównoważone i funkcjonalne przestrzenie do życia, łącząc kompetencje urbanistyczne, inżynieryjne i społeczne.

Archicom został doceniony na arenie międzynarodowej – w 2025 roku zdobył dwie prestiżowe nagrody podczas targów MIPIM w Cannes za projekt Fuzja w Łodzi: główną nagrodę w kategorii Najlepszej Miejskiej Rewitalizacji oraz Nagrodę Specjalną Jury.

Archicom aktywnie odpowiada na wyzwania klimatyczne dążąc do osiągnięcia zeroemisyjności budynków na etapie użytkowania do 2030 roku. W 2025 r. spółka planuje wdrożenie strategii dekarbonizacyjnej i wytycznych ograniczających ślad węglowy w całym cyklu życia budynków.

Jako innowacyjny deweloper, Archicom stale testuje nowe rozwiązania, optymalizuje procesy i redefiniuje swoją rolę jako współtwórcy miast przyszłości – zrównoważonych i przyjaznych do życia.