

# Ikea è il primo posto al mondo dove puoi pagare con il tempo che impieghi per arrivare al negozio

Un sogno che si avvera, poter entrare in negozio e pescare l'oggetto desiderato senza pagare un euro. Messa così sembra incredibile e impossibile, eppure c'è chi punta su questo apparentemente incomprensibile metodo di pagamento per incrementare gli affari.

E non si tratta di una piccola azienda o di una giovane startup in cerca di visibilità, perché gli **acquisti pagati a tempo** sono la nuova formula in vigore da Ikea, precisamente nel secondo store che gli svedesi hanno aperto a Dubai.

## Perché pagare con il tempo

Come nella filosofia del gruppo, l'azienda ha scelto un luogo fuori città per lo store [Jebel Ali](#), raggiungibile attraverso un percorso in mezzo al deserto di circa 40-50 minuti dal centro cittadino. Naturale, quindi, che la **stragrande maggioranza** di residenti e turisti preferisca recarsi presso il primo negozio della catena, più facile da raggiungere.

Ecco, allora, che per smuovere le acque serviva un'idea forte, di quelle capaci di attirare la curiosità delle persone e dei media. Detto e fatto, con la campagna progettata dall'agenzia pubblicitaria Memac Ogilvy, basata appunto sulla possibilità di acquistare prodotti tramite il **tempo di percorrenza** impiegato per arrivare al negozio.

## Come funziona

Nello specifico, la procedura è molto semplice per i clienti, poiché una volta arrivati in cassa devono soltanto scegliere come pagare, con i cassieri che nell'elenco includono anche la variante temporale. Chi accetta (e del resto, chi non accetterebbe?) deve solo ripescare il più recente spostamento nella **cronologia di Google Maps** e mostrare lo smartphone all'addetto, che scala così la merce dal conto complessivo calcolando la distanza del tragitto.

La base di partenza per gli acquisti è stata varata partendo dal **salario medio vigente** nel più noto dei sette emirati arabi, pari a 105 dirham, che corrisponde a circa 29 dollari orari (poco meno di 27 euro), con ogni minuto di viaggio valutato l'equivalente di 48 centesimi di dollaro.

## Cosa si può comprare

Impossibile dire se il valore sia troppo o troppo poco, anche perché non è questo il punto, bensì l'**inedita opportunità** offerta ai clienti, che in sostanza con un percorso di 50 minuti si possono assicurare uno dei più gettonati tavolini dell'azienda, mentre chi impiega due ore per recarsi a destinazione può mettere le mani su una classica libreria a sei ripiani (peraltro personalizzabili).

La mossa, ovviamente, è tutt'altro che improvvisata perché, se i consumatori possono acquistare articoli gratis, allo stesso tempo sono incentivati a **frequentare più spesso il magazzino** che, proponendo un catalogo per la casa senza eguali, garantirà alla società di Stoccolma un incremento delle vendite e maggiori ricavi.

## Nuovi scenari

L'opzione "Acquista con il tuo tempo" è attiva per ora solo nello store di Dubai Jebel Ali e non ci sono indizi circa una

possibile diffusione in altri negozi e paesi. La novità tuttavia apre **due scenari rilevanti**, dimostrando in primo luogo come le aziende possano sfruttare servizi digitali famigliari a centinaia di milioni di clienti.

Si dovrebbe ragionare, inoltre, se e come Ikea (e chi replicherà l'innovativo metodo) raccolga e utilizzi i dati che in consumatori rilasciano spontaneamente, accettando il pagamento a tempo, anche se il copywriter della campagna ha [specificato](#) che al momento il processo non prevede la **raccolta dati** della clientela.