4 sierpnia 2021 r.

Społeczna odpowiedzialność w DNA marki

**Ceresit – 30 lat kształtowania polskiego rynku materiałów budowlanych**

**Marka Ceresit, która uplasowała firmę Henkel wśród wiodących producentów klejów budowlanych, obchodzi w tym roku swoje 30-lecie w Polsce. Sygnowane nią produkty kształtowały polski rynek materiałów budowlanych i przyczyniały się do podnoszenia standardów budownictwa.** **Z tej okazji Ceresit wspiera wyjątkowy projekt charytatywny zainicjowany przez Fundację Dajemy Dzieciom Siłę – budowę Zielonego Centrum Pomocy Dzieciom.**

Choć Ceresit już od 100 lat jest gwarancją fachowej współpracy w sektorze budownictwa i zastosowań specjalistycznych, to pierwszy wyprodukowany w Polsce worek Ceresitu zjechał z taśmy produkcyjnej w 1991 roku. Wtedy to w Stąporkowie działalność rozpoczęła pierwsza fabryka firmy Henkel w Polsce. Został on wówczas zlicytowany, a zdobyte w ten sposób pieniądze trafiły do Szkolnego Ośrodka Wychowawczo-Opiekuńczego w Baryczy. W taki sposób trzy dekady temu marka zapoczątkowała swoją obecność w Polsce, wpisując wartość społecznego zaangażowania w swoje DNA.

Marka kontynuuje tradycję społecznej odpowiedzialności i z okazji swojego 30-lecia wspiera Fundację Dajemy Dzieciom Siłę w rozbudowie i ekologicznej modernizacji Centrum Pomocy Dzieciom, które od 2018 roku funkcjonuje na warszawskich Bielanach. To miejsce, w którym dzieci doświadczające różnych form przemocy otrzymują bezpłatną pomoc. Teraz, dzięki nowej inwestycji, Centrum Pomocy Dzieciom stanie się Zielonym Centrum – placówką, która dba o dzieci, ale też o środowisko. Ceresit przekaże wsparcie finansowe z przeznaczeniem na ekologiczne rozwiązania w konstrukcji budynku, takie jak pa­nele słoneczne czy termomodernizacja. Dostarczy także materiały budowlane, a doradcy techniczni firmy będą bezpośrednio zaangażowani w prace budowla­ne.

*- Jestem dumny z tego, że Ceresit stał się częścią tej inicjatywy, dzięki czemu możemy realizować równocześnie idee zrównoważonego rozwoju, ekologicznych rozwiązań i pomocy dzieciom. W ten sposób Zielone Centrum Pomocy Dzieciom jeszcze lepiej będzie spełniało swoją rolę bezpiecznego schronienia dla dzieci potrzebujących wsparcia* – mówi Piotr Ciborowski, Dyrektor Zarządzający Adhesive Technologies w Henkel Polska.

Ceresit to marka z tradycją, która przez minione trzy dekady uczestniczyła w procesie kształtowania polskiego rynku materiałów budowlanych i podnoszenia standardów obowiązujących w budownictwie. Skutecznie przekonywała, że wyśrubowane para­metry techniczne, przekładają się na trwałość inwestycji, bezpie­czeństwo użytkowników oraz kom­fort wykonawców. Wkład marki w rozwój polskiego budownictwa to również edukowanie i szkolenia dla wykonawców. Marką Ceresit sygnowany jest szereg innowacyjnych produktów: kleje i fugi, ocieplenia, piany, uszczelniacze, grunty, materiały do kotwienia i montażu, gładzie, zaprawy i szpachlówki, wyroby do wykonywania i napraw posadzek, artykuły do izolowania i renowacji budynków oraz naprawy betonu.

Dzięki Ceresitowi Polska jest liderem Europy Środ­kowo-Wschodniej pod względem standardów jakości oraz wysokiego poziomu technologicznego materia­łów budowlanych. Wiodącą pozycję firmy Henkel, zarówno w Polsce, jak i w Rosji, Rumunii, Bułgarii, na Ukrainie, Białorusi i w krajach bałtyckich zapewniły systemy ociepleń marki Ceresit. To właśnie w Polsce, w la­boratoriach Centrum Innowacji Bu­dowlanych Ceresit w Stąporkowie, polscy technolodzy opracowy­wali pierwsze receptury tych produktów, poczynając od kleju do styropianu i tynków. Tu także powstał pomysł utworzenia ogólnopolskiej sieci sta­cji barwiących do farb i tynków. Zapewnia ona inwestorom i właścicie­lom domów bezpośredni dostęp do szerokiej ga­my kolorystycznej fasad oraz ścian wewnętrznych.

Dzisiaj Centrum Innowacji Budow­lanych Ceresit w Stąporkowie to dynamiczny ośrodek rozwoju globalnego działu chemii budowlanej. Eksperci prowa­dzą tu międzynarodowe projekty, pracując nad technologiami przyszłości dla syste­mów ociepleń, hydroizolacji, syste­mów do klejenia płytek ściennych, okładzinowych i podłogowych czy materiałów wykańcza­nia wnętrz. Formuły i koncept biznesowy, stworzone na bazie doświadczenia i wiedzy polskiego zespołu naukow­ców oraz pracowników, okazały się doskonałym towarem eksportowym Henkel Polska w ramach całej grupy, a najważniejsze kierunki dalszego rozwoju prac badawczych to odpowiedzi na największe problemy współ­czesnego świata. Biorąc pod uwagę globalne wyzwanie, jakim jest potrzeba oszczędzania energii, firma koncentruje się obecnie na rozwiązaniach budownictwa zrów­noważonego oraz niskoemisyjne­go, które umożliwią klientom ograniczanie ich ekologiczny śladu za­równo zimą jak i latem.

Z okazji swojego jubileuszu marka Ceresit zaplanowała szereg aktywności i materiałów komunikacyjnych, w tym rocznicowy logotyp, dedykowaną stronę [30-lat-ceresit](https://www.ceresit.pl/pl/meta/meta-nav/o-nas/30-lat-ceresit.html) i film przedstawiający markę, fabryki, Centrum Innowacji Ceresit oraz Pracowników, Partnerów i Wykonawców. Na materiałach ekspozycyjnych w punktach sprzedaży będzie umieszczona komunikacja wizualna 30-lecia. Planowana jest również kampania di­gitalowa i komunikacja w mediach społecznościowych.

Specjalne rocznicowe oznakowania pojawią się także na wybranych opakowaniach produktów Ceresit. Klienci, nabywając którykolwiek z produktów Ceresit, będą mogli wspólnie z marką wspierać Fundację Dajemy Dzieciom Siłę i dołączyć do realizacji wyjątkowej inicjatywy Zielonego Centrum Pomocy Dzieciom.

*- To niezwykle satysfakcjonujące, że przez niemal wszystkie te lata mogłem współtworzyć sukces marki, która jest dziś niekwestionowanym wzorem standardów, profesjonalizmu i liderem rozwiązań technologicznych. Ten sukces to efekt ciężkiej pracy całego teamu: inżynierów, chemików, sprzedawców, doradców technicznych, pracowników biur i fabryk. To oni wszyscy stoją za naszym sukcesem. Dziś świętujemy 30-lecie marki Ceresit i doceniamy pracę z kompetentnymi i wspaniałymi ludźmi oraz zaufanie jakim obdarzają nas klienci i partnerzy biznesowi. To wszystko pozwala nam optymistycznie patrzyć w przyszłość marki* – dodaje Piotr Ciborowski.

\*\*\*

**O firmie Henkel**

Henkel jest firmą globalną, o zrównoważonej i różnorodnej ofercie produktów i usług. Dzięki wiodącym markom, innowacjom i technologiom spółka zajmuje czołowe pozycje rynkowe zarówno w sektorze przemysłowym jak i dóbr konsumpcyjnych. Henkel Adhesive Technologies (dział klejów budowlanych i konsumenckich oraz technologii dla przemysłu) jest światowym liderem rynku klejów. Działy Laundry & Home Care (środków piorących i czystości) oraz Beauty Care (kosmetyków) zajmują wiodące pozycje na wielu rynkach świata i w wielu grupach asortymentowych. Firma, założona w 1876, działa i odnosi sukcesy od ponad 140 lat. W 2020 roku Henkel odnotował przychody ze sprzedaży na poziomie około 19 mld oraz skorygowany zysk operacyjny na poziomie 2,6 mld euro. Firma zatrudnia na całym świecie ponad 53 tysiące pracowników, tworzących zaangażowany i zróżnicowany zespół, o silnej kulturze korporacyjnej, wspólnym systemie wartości i dążeniu do kreowania trwałej wartości. Jako uznany lider zrównoważonego rozwoju Henkel zajmuje czołowe miejsca w wielu międzynarodowych indeksach i rankingach. Akcje uprzywilejowane spółki wchodzą w skład niemieckiego indeksu giełdowego DAX. Więcej informacji na [www.henkel.com](http://www.henkel.com/) oraz [www.henkel.pl](file:///\\demon\Corporate&amp;Finance\Klienci\Henkel\RELACJE%20Z%20MEDIAMI\Informacje%20prasowe\2020\IP%20-%20W%20drodze%20do%20pracy_nabór%20do%20programu\www.henkel.pl)

Materiały graficzne są dostępne na stronie: [**www.henkel.com/press**](http://www.henkel.com/press)

**Kontakt dla mediów:**

Dorota Strosznajder Magdalena Bryksa-Szymańczak

Henkel Polska Sp. z o.o. Solski Communications

tel: (022) 565 66 65 tel: (022) 24 28 642

[dorota.strosznajder@henkel.com](mailto:dorota.strosznajder@henkel.com) [mszymanczak@solskipr.pl](mailto:mszymanczak@solskipr.pl)