8 listopada 2021 r.

Wyjątkowa współpraca na rzecz zrównoważonej mody

**Perwoll i Top Model łączą siły w słusznej sprawie**

**Marka Perwoll, należąca do firmy Henkel, podjęła współpracę z programem Top Model. Ten wyjątkowy duet powstał z myślą o edukacji i budzeniu świadomości w zakresie odpowiedzialnej mody.**

Prawie 60% nowych ubrań w przeciągu zaledwie roku od zakupu traci swoją przydatność i kończy jako odpad[[1]](#footnote-1). Źródeł takich zachowań można zapewne doszukiwać się w szybko zachodzących na rynku modowym zmianach trendów, wybieraniu przez konsumentów ubrań słabej jakości czy kompulsywnych zakupach. Dlatego też konieczna jest edukacja nakierowana na zmianę nawyków konsumpcyjnych i zbudowanie świadomości korzyści *slow fashion*. Oferująca specjalistyczne środki do prania marka Perwoll, nieodłącznie kojarzona z modą, od kilku lat zabiera głos w tej ważnej kwestii za sprawą kampanii #RethinkFashion, w której przekonuje, że liczy się nie ilość, ale jakość. Zachęca tym samym do odpowiedzialnej konsumpcji.

W tym roku marka Perwoll postanowiła połączyć siły z jednym z najpopularniejszych programów telewizyjnych typu reality show w Polsce - Top Model, którego celem jest znalezienie charyzmatycznych kandydatów na modelki i modeli o ciekawych osobowościach.

W ostatnim, środowym odcinku programu uczestnicy mieli za zadanie znaleźć ubrania w second handach i uszyć z nich pełną stylizację dla swojego partnera. Dodatkowym zadaniem było stworzenie hasła promującego ideę *slow fashion.* Uczestnicy pozowali następnie w stworzonych przez siebie strojach na warszawskich bulwarach wiślanych. Na zwycięzców tej konkurencji czekała sesja do kampanii reklamowej marki Perwoll. O wygranej zdecydowali przechodnie, a najlepsze okazały się Nicole Akonchong i Dominika Wysocka z hasłem „Second hand. Second life.” Uczestniczkom udało się w nim ująć w pełni DNA marki Perwoll - troskę o ubrania i środowisko naturalne.

*- Choć moda na slow fashion powoli zaczyna gościć na naszym rodzimym rynku, to widzimy, że przed nami jest jeszcze wiele do zrobienia. Dlatego cieszymy się, że marka Perwoll, dla której kluczowa jest edukacja konsumentów w zakresie dbałości o ubrania i odpowiedzialnej konsumpcji, mogła podjąć współpracę z tak popularnym programem modowym. Mamy nadzieję, że nasze wspólne działanie przełoży się na zmianę nawyków oraz na mądre, poparte troską o planetę, decyzje zakupowe konsumentów* – powiedziała **Julia Wójcik, odpowiedzialna za markę Perwoll w Henkel Polska.**

#RethinkFashion to kampania marki Perwoll, która podejmuje temat negatywnego zjawiska *fast fashion* i zachęca do odpowiedzialnej konsumpcji mody. Inspiracje dotyczące przeróbek ubrań można znaleźć na stronie Perwoll: <https://www.perwoll.pl/perwoll-rethink-fashion-strona-glowna/renew.html>

Więcej na temat akcji: [Perwoll i Top Model łączą siły w słusznej sprawie!](https://www.perwoll.pl/perwoll-rethink-fashion-strona-glowna/perwoll-i-top-model.html)

**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 osiągnął przychody ze sprzedaży na poziomie ponad 19 mld euro oraz skorygowany zysk z działalności operacyjnej   
w wysokości blisko 2,6 mld euro. Firma zatrudnia na całym świecie około 53 000 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://\\solskipr.pl\Corporate&Finance\Klienci\Henkel\RELACJE%20Z%20MEDIAMI\Informacje%20prasowe\2021\IP%20-%20Lekcja%20nieśmiecenia\FINAL\AppData\Local\Microsoft\Windows\INetCache\Content.Outlook\Users\wycisk\AppData\Local\Microsoft\Windows\INetCache\kmencina\AppData\Local\Microsoft\Windows\INetCache\Content.Outlook\AppData\Local\Microsoft\Windows\INetCache\Content.Outlook\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 prasy:**

Dorota Strosznajder Magdalena Bryksa-Szymańczak

Henkel Polska Sp. z o.o. Solski Communications

tel.: (022) 565 66 65 tel.: (022) 24 28 643

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

1. dane z raportu firmy McKinsey „A new fast fashion formula” z 2016 r. <https://www.mckinsey.com/business-functions/sustainability/our-insights/style-thats-sustainable-a-new-fast-fashion-formula>

   [↑](#footnote-ref-1)