10 listopada 2022 r.

Marka Perwoll firmy Henkel ponownie nagrodzona za swoje działania

Kampania #RethinkFashion z kolejną nagrodą Effie

**Marka Perwoll, należąca do koncernu Henkel, już po raz drugi została nagrodzona brązową statuetką Effie za działania promujące slow fashion i odpowiedzialną konsumpcję mody. Pierwsze wyróżnienie za kampanię** [**#RethinkFashion**](https://www.perwoll.pl/perwoll-rethink-fashion-strona-glowna.html) **zostało przyznane w 2020 roku. Jury doceniło zarówno zamysł jak i dokonania marki Perwoll, która od wielu lat pomaga konsumentom dłużej cieszyć się ulubionymi ubraniami w myśl hasła „Nowe? Nie, wyprane w Perwollu”.**

[Effie Awards](https://awards.effie.pl/konkurs/o-konkursie-2/) to największy na świecie konkurs marketingowy, w którym nagradzane są najskuteczniejsze działania, kampanie i rozwiązania marketingowe. W tym roku brązową statuetkę w kategorii „Branded Content” otrzymała marka Perwoll firmy Henkel za kolejną edycję kampanii #RethinkFashion.

*– Otrzymanie już drugiej nagrody Effie sprawia, że wszyscy w zespole czujemy się niezmiernie dumni z tego, iż jury ponownie postanowiło nas docenić za starania w kampanii Perwolla. To wyjątkowe wyróżnienie, szczególnie, że ta kampania nie tylko wpisuje się w jeden z głównych filarów działania naszej firmy, jakim jest zrównoważony rozwój, ale także podejmuje tak ważny społecznie temat, jakim jest świadoma konsumpcja mody. Wymyślając tę kampanię chcieliśmy podzielić się z konsumentami naszymi wartościami. Bardzo cieszymy się z tego wyróżnienia i nie spoczywamy na laurach – już realizujemy kolejne działania w następnej edycji kampanii* – powiedział Patricjus Ziecik, dyrektor marketingu działu Laundry & Home Care.

**Kampania #RethinkFashion**

Modowy konsumpcjonizm to błędne koło, zwłaszcza, obecnie, kiedy to coraz częściej są kupowane słabej jakości i tanie ubrania, które szybko się niszczą, przez co prędko są wyrzucane, a na ich miejsce kupowane kolejne. Kampania [#RethinkFashion](https://www.perwoll.pl/perwoll-rethink-fashion-strona-glowna.html) ma na celu uzmysłowienie tego konsumentom. Perwoll pokazuje także jak odpowiednio zadbać o ubrania, żeby jak najbardziej wydłużyć ich życie. Między innymi, dzięki takim działaniom klienci mogą jednocześnie dbać o swój portfel oraz o planetę.

#RethinkFasion promuje ideę *slow fashion*, która przeciwdziała negatywnym skutkom zjawiska tzw. szybkiej mody. Koncepcja tego projektu jest oparta na walce m.in. z takim problem jak wytwarzania przez fabryki odzieżowe, ton odpadów. Poprzez zachęcanie do kreatywnego wykorzystywania zawartości domowych szaf, kampania #RethinkFashion pomaga klientom działać tak, by ubrania służyły na zdecydowanie dłużej. W taki sposób, marka Perwoll, wychodzi naprzeciw obecnym oczekiwaniom konsumentów, którzy chcą, by wybierane przez nich na co dzień marki, podzielały istotne dla nich wartości.

**Druga nagroda dla #RethinkFashion**

Kampania #RethinkFashion już drugi raz została doceniona i nagrodzona brązową statuetką Effie Award – w 2020 roku w kategorii Dobra Konsumpcyjne, a w 2022 Branded Content. To druga nominacja i wyróżnienie firmy Henkel Polska w tym prestiżowym, branżowym konkursie. Nagroda jest jedną z najwartościowszych form uznania za dokonania na polu odpowiedzialnego marketingu, a jednocześnie staje się nieocenionym motywatorem do dalszych działań. Perwoll od lat pomaga konsumentom dłużej cieszyć się ulubionymi ubraniami w myśl wieloletniego i kultowego już hasła „Nowe? Nie, wyprane w Perwollu”.

Kampania #RethinkFashion wpisuje się w [strategię zrównoważonego rozwoju i społecznej odpowiedzialności](https://www.henkel.pl/zrownowazony-rozwoj) firmy Henkel, która dąży do ograniczenia śladu środowiskowego swoich operacji biznesowych.

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

**O konkursie Effie Awards**

Effie Awards to największy konkurs marketingowy, organizowany od 1968 r. w 52 krajach. W Polsce, od 1999 r. licencję na prowadzenie konkursu w Polsce posiada Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR. Effie Awards promuje kampanie marketingowe marek, które wyróżniają się na rynku poprzez najbardziej efektywne działania oraz wysokie wyniki biznesowe.

**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 2021 roku Henkel odnotował przychody ze sprzedaży na poziomie około 20 mld. 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:**

**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)