14 lutego 2023 r.

Miesięczna kampania promocyjna z „Zapachem, który pokochasz”

**Walentynki w kinie z Silanem, flagową marką Henkla**

**Walentynki to czas, kiedy na myśl przychodzą ciepłe uczucia, delikatność oraz radość. To właśnie atrybuty marki Silan, która w tym roku przez cały luty chce otulać nie tylko zakochanych konsumentów „Zapachem, który pokochasz”. Akcja promocyjna z charakterystycznym serduszkiem marki obejmuje m.in. kampanię we współpracy ze wszystkimi kinami Cinema City w Polsce, specjalne aktywacje w kinie Galerii Mokotów i w 10 kinach w weekend walentynkowy, udział w Ladies Night, spoty na megaekranach hotelu Marriott oraz przy ulicy Kruczej, a także animację 14 lutego na szczycie budynku Warsaw Spire.**

W tym roku marka Silan świętuje Walentynki przez cały miesiąc. Z tej okazji dla konsumentów zostały przygotowane liczne atrakcje, uczestnicząc w których będą się mogli zetknąć z „Zapachem, który pokochasz”.

**„Zapach, który pokochasz” i serduszko Silana**

Największy zasięg ma współpraca ze wszystkimi kinami Cinema City w Polsce, która obejmuje przede wszystkim kampanię spotową. Kreacje reklamowe będą również obecne na plakatach elektronicznych, plazmach oraz ekranach w holu. W kinie w Galerii Mokotów Silan sponsoruje jedną salę przez cały rok począwszy właśnie od lutego. Dodatkowo w 10 kinach w weekend walentynkowy pojawi się specjalna bramka kwiatowa z neonem „Silan, zapach, który pokochasz”, a każdy widz przechodzący przez te bramki otrzyma słodki upominek, czekoladki oraz próbkę produktu Silan. Wszystko po to, aby w tym szczególnym okresie każdy kto postanowi spędzić swoje Walentynki w kinie poczuł się szczególnie, wiedział, że Silan jest zawsze przy nim. Bramki oraz sampling będzie można spotkać w kinach przez tydzień zaczynając od 10.02.

Silan jest również sponsorem dwóch wydarzeń pod nazwą Ladies Night dedykowanych kobietom. Wydarzenie odbywa się w 18 kinach w całej Polsce. Każda z uczestniczek dostanie do przetestowania próbkę produktu, a jedna z pań podczas każdego z eventów wygra zestaw produktów przygotowanych przez markę Silan, aby jego wspaniały zapach stale jej towarzyszył.

**Silan w kinach, ale nie tylko**

Akcja Walentynkowa Silana to nie tylko kina. Działania promocyjne marki widoczne będą również na kilku nośnikach cyfrowych, m.in. na ekranach hotelu Marriott oraz przy ulicy Kruczej. To wszystko dziać się będzie w dniach 11-14.02. W same Walentynki, czyli 14.02, specjalna walentynkowa animacja będzie przyciągała wzrok na szczycie budynku Warsaw Spire.   
Oprócz kin oraz nośników cyfrowych, przez cały luty, kreacje Silana będzie można zobaczyć w 8 największych miastach w Polsce na specjalnie wyselekcjonowanych 100 wiatach przystankowych. Dzięki temu Silan będzie przypominał przechodniom o zapachu, który kochają. Z tym wiąże się również niestandardowa kampania online. Każdy kto zobaczy kreacje Silana na przystankach, będzie również odbiorcą kampanii digitalowej opartej na remarketingu i geotargetingu. Kampania trwa cały miesiąc.

\*\*\*

**O firmie Henkel**

Dzięki wiodącym markom, innowacjom i technologiom spółka zajmuje czołowe pozycje rynkowe zarówno w sektorze przemysłowym, jak i dóbr konsumpcyjnych. Henkel Adhesive Technologies jest światowym liderem rynku klejów, uszczelniaczy i powłok funkcjonalnych. Dział Consumer Brands zajmuje wiodącą pozycję na wielu rynkach świata, zwłaszcza w obszarze produktów do pielęgnacji włosów oraz środków piorących i czystości. Trzy najsilniejsze marki to Loctite, Persil i Schwarzkopf. W 2021 roku Henkel odnotował przychody ze sprzedaży na poziomie około 20 mld euro i skorygowany zysk operacyjny w wysokości około 2,7 mld euro. Akcje uprzywilejowane spółki wchodzą w skład niemieckiego indeksu giełdowego DAX. Firma posiada jasną strategię zrównoważonego rozwoju z konkretnymi celami, a idea ta ma w Henklu długą tradycję. Firma założona w 1876 zatrudnia dziś ponad 50 tysięcy pracowników na całym świecie, tworzących zaangażowany i zróżnicowany zespół o silnej kulturze korporacyjnej, wspólnym systemie wartości i motcie: " Pioneers at heart for the good of generations”. 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 Zuzanna Pawlak

Henkel Polska Sp. z o.o. Solski Communications

tel.: (022) 565 66 65 tel.: +48 600 004 412

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

Henkel AG & Co. KGaA