12 czerwca 2023 r.

Wyjątkowa współpraca marek Perwoll i Zień w szlachetnym celu

Modne ubrania i zrównoważony rozwój – siły łączą Maciej Zień i Perwoll, flagowa marka Henkla

**Szlachetna koncepcja modowa**

**12 czerwca 2023 w Centrum Bankowo Finansowym w Warszawie odbył się pokaz mody, na którym** [**Maciej Zień**](https://zien.pl/) **i marka Perwoll pokazali, że można ubierać się modnie i dbać o środowisko. Wydarzenie uświetniła obecność gwiazd polskiego show-biznesu, które od lat wspierają projektanta. To kolejna odsłona kampanii** [**#RethinkFashion**](https://www.perwoll.pl/perwoll-rethink-fashion-strona-glowna.html)**, która namawia do odpowiedzialnej konsumpcji mody.**

Marka Perwoll, znana ze swoich innowacyjnych rozwiązań w obszarze środków do prania, nawiązała partnerstwo z renomowanym projektantem mody, Maciejem Zieniem. Twórca zaprezentował odświeżoną wcześniejszą kolekcję, przywracając jej piękno i blask. Koncepcję zaprezentowano na pokazie mody w ramach kampanii #RethinkFashion.

Uczestnicy pokazu zostali zaproszeni do świata [zrównoważonej mody](https://www.henkel.pl/prasa-media/informacje-materialy-prasowe/2019-09-17-perwoll-w-kampanii-rethinkfashion-uczy-odpowiedzialnej-konsumpcji-982670), w którym kluczowymi elementami są wyjątkowy design oraz jakość i trwałość wykorzystanych tkanin i detali. Ważnym elementem stylizacji były fryzury, stworzone przez znanego stylistę fryzur, [Piotra Sierpińskiego](https://piotrsierpinski.pl/), we współpracy z marką [Syoss](https://www.syoss.pl/). Stylizacje dopełniły również okulary od [Optyk Kochański](https://optykkochanski.pl/).

Zaproszeni celebryci, gwiazdy i wpływowi influencerzy mieli okazję wziąć udział w happeningu, wymieniając przyniesioną przez siebie część garderoby na inną i inspirując tym do cyrkulacji mody. Happening z udziałem m.in. Grażyny Szapołowskiej, Anety Kręglickiej, Adama Fijała, Barbary Kurdej-Szatan i Danuty Stenki stał się centralnym punktem wydarzenia.

**Wyjątkowa współpraca marek Perwoll i Zień**

Pokaz #RethinkFashion poświęcony był idei zrównoważonej mody, inspirował do podejmowania bardziej świadomych i odpowiedzialnych wyborów w tej dziedzinie. Zachęcano do dbania o ubrania, aby zachowywać je dłużej w dobrej kondycji, zamiast co sezon wymieniać na nowe. W realizacji tego celu pomaga innowacyjne rozwiązanie marki Perwoll, które odnawia włókna i odświeża kolory.

*- Od lat promujemy w Henklu przyjazne środowisku rozwiązania m.in. poprzez ulepszanie formuł produktów, zmianę opakowań, a także edukację konsumentów w kampaniach, czego przykładem jest właśnie inicjatywa #RethinkFashion. Za sprawą tej akcji kierujemy uwagę naszych konsumentów na zrównoważoną modę i zachęcamy do tego, by ubrania wykorzystywać powtórnie, przerabiać a przede wszystkim odpowiednio dbać o te, które już mamy, właśnie dzięki wyjątkowym formułom Perwoll* - podkreśla **Magdalena Kostrzewa, Senior Group Brand Manager** w dziale Laundry and Home Care Henkel Polska.

**Ubierać się modnie, dbać o środowisko**

Marka Perwoll już od wielu lat prowadzi kampanię edukacyjną #RethinkFashion. Uczy, jak dbać o ulubione ubrania, aby zachować ich piękno i korzystać z nich jak najdłużej. Partnerstwo z Maciejem Zieniem jest zwieńczeniem kampanii Perwoll w zakresie tworzenia świadomej, stylowej i odpowiedzialnej mody.

Za działania promujące slow fashion i odpowiedzialną konsumpcję mody marka Perwoll, należąca do koncernu Henkel, została już [dwa razy nagrodzona brązową statuetką Effie](https://www.henkel.pl/prasa-media/informacje-materialy-prasowe/2022-11-10-kampania-rethinkfashion-z-kolejna-nagroda-effie-1786742). Pierwsze wyróżnienie za kampanię #RethinkFashion zostało przyznane w 2020 roku. Drugie w 2022. W obu przypadkach 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”.

\*\*\*

**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 2022 roku Henkel odnotował przychody ze sprzedaży na poziomie około 22 mld euro i skorygowany zysk operacyjny w wysokości około 2,3 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 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: [**http://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.: +48 881 633 639

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

Henkel AG & Co. KGaA