Warszawa, 12 grudnia 2023 r.

Wyjątkowa współpraca marek Perwoll i Zień w szlachetnym celu

Maciej Zień i Perwoll Henkla – wspólna droga w kierunku zrównoważonej mody

**11 grudnia w Teatrze Wielkim Opery Narodowej odbył się wyjątkowy pokaz mody.** **W kolekcji Macieja Zienia „Black & White Symphony” ponownie wybrzmiała idea mody zrównoważonej w zgodzie z inicjatywą #RethinkFashion marki Perwoll firmy Henkel. Pojawiły się dwie kreacje znane co prawda z poprzedniej kolekcji, ale w nowej odsłonie. Wydarzenie odbyło się w ramach kampanii** [**#RethinkFashion**](https://www.perwoll.pl/perwoll-rethink-fashion-strona-glowna.html)**, która zachęca do odpowiedzialnej konsumpcji mody.**

Grudniowy pokaz pod hasłem "Black and White Symphony" okazał się być nie tylko prezentacją ciekawej kolekcji mody, ale przede wszystkim wyjątkowym wydarzeniem artystycznym z okazji jubileuszu 25-lecia marki Macieja Zienia. Jedna z części pokazu odbyła się na wybiegu, druga – wśród widowni. Kolekcję zaprezentowały muzy, ambasadorki Zienia. Znamienici goście i przedstawiciele polskiego świata show-biznesu mogli podziwiać najnowsze kreacje projektanta, a wśród nich znaleźli się m.in. Agnieszka Grochowska, Magdalena Cielecka, Danuta Stenka, Magdalena Mołek, Maja Ostaszewska, Edyta Herbuś, Małgorzata Socha, Agnieszka Dygant, Marcelina Zawadzka, Magdalena Lamparska, Helena Norowicz i Robert Kupisz.

**Odpowiedzialna moda**

Podczas pokazu nie zabrakło również ważnego wątku odpowiedzialnej mody. W nowej kolekcji pojawiły się dwie kreacje znane już z poprzednich linii, jednak w zupełnie innym ujęciu. To nie tylko wyraz kreatywności, lecz także inspiracja dla tych, którzy pragną świadomie kształtować swój styl, wpływając jednocześnie na przyszłość mody i dążąc do zrównoważonego podejścia w tym obszarze.

Była to kolejna odsłona kampanii #RethinkFashion marki Perwoll firmy Henkel, która inspiruje do podejmowania bardziej świadomych i odpowiedzialnych wyborów modowych. W realizacji tego celu pomagają innowacyjne rozwiązania marki Perwoll, które odnawiają włókna, odświeżają kolory i sprawiają, że możemy cieszyć się naszymi ubraniami dłużej.

**Współpraca Perwoll z Maciejem Zieniem – wyjątkowy design, jakość i trwałość tkanin**

Współpraca renomowanego projektanta Macieja Zienia z marką Perwoll trwa już od dłuższego czasu i stanowi połączenie doskonałości projektu z troską o środowisko. Projekt ten wpisuje się w kalendarz ważnych wydarzeń z obszaru stylowej, ale również świadomej i [odpowiedzialnej mody](https://www.henkel.pl/prasa-media/informacje-materialy-prasowe/2019-09-17-perwoll-w-kampanii-rethinkfashion-uczy-odpowiedzialnej-konsumpcji-982670). Tutaj kluczowymi elementami są wyjątkowy design oraz jakość i trwałość wykorzystanych tkanin i detali.

- *Edukacja naszych konsumentek, dokonywanie świadomych wyborów i podejmowanie działań zgodnych z duchem slow fashion są wpisane w DNA marki Perwoll. Jestem głęboko przekonana, że dzięki wspólnym wartościom, które połączyły niezawodność marki Perwoll i niezwykły kunszt Macieja uda nam się dotrzeć do jak najszerszej grupy odbiorczyń i odbiorców i dalej razem promować ideę zrównoważonego i odpowiedzialnego biznesu* – podkreśla **Magdalena Kostrzewa, Senior Group Brand Manager w Henkel Consumer Brands.**

**#RethinkFashion - wyjątkowa kampania**

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